

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAN
KEHALALAN SUSU KEFIR YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE
MENGUNAKAN ONLINE SURVEY METHODOLOGY**

SKRIPSI

Oleh:

SALSABILLA ZAHIDATI ABDILLAH

NIM. 175100100111029



**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS DAN
KEHALALAN SUSU KEFIR YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE
MENGUNAKAN ONLINE SURVEY METHODOLOGY**

SKRIPSI PENELITIAN

Oleh:

SALSABILLA ZAHIDATI ABDILLAH

NIM. 175100100111029

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Teknologi Pertanian**



**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas dan Kehalalan
Susu Kefir yang Dibeli Melalui *E-Commerce* Menggunakan *Online*
Survey Methodology

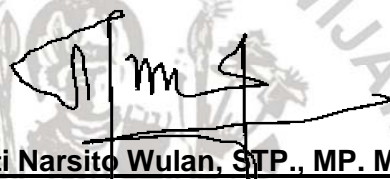
Nama Mahasiswa : Salsabilla Zahidati Abdillah

NIM : 175100100111029

Jurusan : Teknologi Hasil Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Pembimbing Utama,



Dr. Siti Narsito Wulan, STP., MP. MSc.

NIP 197312251999032001

Tanggal Persetujuan:

12 Juli 2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas dan Kehalalan
Susu Kefir yang Dibeli Melalui E-Commerce Menggunakan

Online Survey Methodology

Nama Mahasiswa : Salsabilla Zahidati Abdillah

NIM : 175100100111029

Jurusan : Teknologi Hasil Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Penguji I,



Dr. Ir. Aji Sutrisno M.Sc.

NIP 196802231993031002

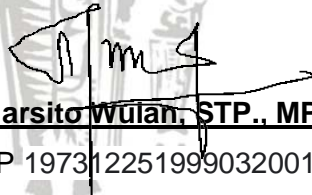
Dosen Penguji II,



Jaya Mahar Maligan, STP, MP

NIP 198201142008121003

Dosen Pembimbing,



Dr. Siti Narsito Wulan, STP, MP, MSc.

NIP 197312251999032001

Ketua Jurusan,



Dr. Widya Dwi Rukmi Putri, STP, MP

NIP 197005041999032002

Tanggal Persetujuan:

28 Juli 2021

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Salsabilla Zahidati Abdillah

NIM : 175100100111029

Jurusan : Teknologi Hasil Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Judul : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas dan
Kehalalan Susu Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*
Menggunakan *Online Survey Methodology*

Menyatakan bahwa,

TA dengan judul di atas merupakan karya asli penulis tersebut di atas. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Sleman, 25 Juni 2021

Pembuat Pernyataan,



Salsabilla Zahidati Abdillah

NIM 175100100111029

Salsabilla Zahidati Abdillah. 175100100111029. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas dan Kehalalan Susu Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce Menggunakan Online Survey Methodology. SKRIPSI. Pembimbing: Dr. Siti Narsito Wulan, STP., MP. MSc.

RINGKASAN

Beberapa tahun terakhir, tren produk pangan fungsional mulai meningkat termasuk pangan mengandung probiotik. Kefir merupakan salah satu pangan mengandung probiotik yang diproses dengan cara menginokulasikan bulir kefir ke dalam susu. Kefir memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk fermentasi susu lainnya seperti yogurt atau keju, karena mengandung mikroorganisme kompleks dan spesifik serta senyawa bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan. Di Indonesia kefir pada mulanya masih menjadi konsumsi pribadi, namun seiring dengan banyaknya testimoni khasiat kefir terhadap kesehatan maka permintaan konsumen kefir semakin meningkat. Saat ini, penjualan kefir masih didominasi oleh penjualan secara daring (*e-commerce*) dan pasar khusus penjualan pangan fungsional. Berdasarkan risiko kesehatan, kefir termasuk ke dalam kategori pangan dengan tingkat risiko tinggi sehingga pada proses produksi hingga pemasaran perlu diawasi secara ketat untuk menghindari terjadinya kemungkinan bahaya. Selain itu kefir mengandung hasil metabolit berupa etanol yang menjadi faktor krusial penentuan kehalalan produk pangan. Terutama pada penjualan melalui daring, dimana penerapan dan pengawasan regulasi pemerintah belum optimal sehingga kontrol kualitas dan kehalalan berada di tangan produsen dan konsumen. Pada penelitian ini dilakukan pemetaan tingkat pengetahuan kualitas dan kehalalan kefir serta persepsi kualitas dan kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* menggunakan *online survey methodology*. Hasil yang diperoleh, dari 100 responden yang mengisi survei ($n=100$) diketahui tingkat pengetahuan kualitas kefir berada pada tingkat tinggi, tingkat pengetahuan kehalalan kefir berada pada tingkat tinggi, persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* baik, dan persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* juga baik. Selain itu, dilakukan analisis faktor yang mempengaruhi persepsi menggunakan analisis regresi linear berganda, dimana hasilnya pengetahuan kualitas kefir, riwayat pembelian dan jenis kemasan produk secara simultan mempengaruhi persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* sebesar 8,9%. Sedangkan faktor pengetahuan kehalalan dan agama tidak mempengaruhi persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce*, namun agama secara parsial mempengaruhi persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* pada tingkat signifikansi 10% ($\alpha=0,10$).

Kata Kunci: Kefir, Persepsi Konsumen, Kualitas, Kehalalan, *Online Survey*.

Salsabilla Zahidati Abdillah. 175100100111029. Consumer Perception Analysis on the Quality and Halalness of Kefir Milk Purchased Through E-Commerce Using Online Survey Methodology. Undergraduate Thesis. Supervisor: Dr. Siti Narsito Wulan, STP., MP. MSc

SUMMARY

In recent years, the trend of functional food products has begun to increase, including foods containing probiotics. Kefir is food containing probiotics that are processed by inoculating kefir grains into milk. Kefir has advantages compared to other fermented milk products such as yogurt or cheese because it contains complex and specific microorganisms and bioactive compounds that are beneficial to health. In Indonesia, at first, kefir was still a personal consumption, but along with the many testimonies about kefir's health benefits, consumer demand for kefir is increasing. Currently, the sale of kefir is still dominated by online sales (e-commerce) and the functional food market. Based on health risks, kefir is included in the category of food with a high level of risk so that the production and marketing processes need to be closely monitored to avoid possible hazards. In addition, kefir contains metabolites in the form of ethanol which is a crucial factor in determining the halalness of food products. Especially in online sales, where the implementation and supervision of government regulations have not been optimal so that quality and halalness control are in the hands of producers and consumers. In this study, a mapping of the level of knowledge of the quality and halalness of kefir as well as the perception of the quality and halalness of kefir purchased through e-commerce was carried out using an online survey methodology. The results obtained, from 100 respondents who filled out the survey (n = 100) it was known that the level of knowledge of the quality of kefir was at a high level, the level of knowledge of halal kefir was at a high level, the perception of the quality of kefir purchased through e-commerce was good, and the perception of halal kefir was high. purchased via e-commerce is also good. In addition, an analysis of factors that influence perceptions was carried out using multiple linear regression analysis, where the results were that knowledge of kefir quality, purchase history, and type of product packaging simultaneously affected the perception of the quality of kefir purchased through e-commerce by 8.9%. While the knowledge of halal and religious factors did not affect the perception of the halalness of kefir purchased through e-commerce, but religion partially affected the perception of the halalness of kefir purchased through e-commerce at a significance level of 10% ($\alpha = 0.10$).

Keywords: Kefir, Consumer Perception, Quality, Halalness, Online Survey

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala limpahan kasih dan izin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul

Dalam penulisan laporan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ayah dan Ibu, yang telah mendukung dan selalu kebersamaan penulis dalam menuntut ilmu hingga saat ini. Ayah dan Ibu juga menjadi sosok teladan dan penyemangat utama dalam menghadapi segala permasalahan semasa mengenyam dunia pendidikan.
2. Ibu Siti Narsito Wulan, STP., MP. MSc selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, arahan, ilmu dan pengetahuan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
3. Ibu Dr. Widya Dwi Rukmi Putri STP., MP selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Brawijaya Malang
4. Bapak Dr. Ir. Imam Santoso, MP selaku Dekan Fakultas Teknologi Petanian, Universitas Brawijaya Malang
5. Para responden yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dengan sukarela bersedia memberikan informasi yang sangat penting bagi penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Shavia Azharra, sepupuku yang menemani perantauan selama di Malang.
7. Dwi Uchtiyawati Rohmah, Nadia Milarosa, Daisy, dan Audry Naoni Putri yang telah menjadi teman terdekat, tempat curhat, tempat bercanda melepas penat sekaligus sebagai *partner* penulis dalam mengembangkan diri selama masa kuliah.
8. Teman-teman organisasi dari tahun pertama kuliah sampai tahun terakhir yang telah menemani untuk bertumbuh menjadi pribadi yang lebih matang.
9. Teman-teman kelas AE 2017 yang telah menemani perjalanan menempuh pendidikan dan belajar bersama selama kuliah.

Sleman, 25 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	v
RINGKASAN.....	vi
SUMMARY.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Persepsi Konsumen.....	18
2.2 Kefir.....	19
2.3 Kualitas Produk Kefir.....	24
2.4 Kehalalan Produk.....	25
2.5 Titik Kritis Kehalalan Kefir.....	27
2.6 Tren Penjualan Kefir di Indonesia.....	29
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.8 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Analisis Data.....	39
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44

4.1 Karakteristik Umum Responden.....	44
4.2 Pengalaman Pembelian Responden.....	46
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	48
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Starter spesifik pada produk fermentasi susu	20
Tabel 2.2. Standar komposisi kefir.....	24
Tabel 2.3. Penelitian kombinasi untuk menghasilkan produk kefir terbaik.....	25
Tabel 2.4. Standar produk pangan halal di berbagai negara.....	26
Tabel 2.5. Hasil kadar alkohol berdasarkan formulasi bulir, waktu dan suhu fermentasi.....	29
Tabel 2.6. Hasil penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3.1. Item pertanyaan kuesioner	36
Tabel 3.2. Penentuan skor kategori tiap variabel.....	39
Tabel 4.1. Persebaran karakteristik responden.....	45
Tabel 4.2. Persebaran pengalaman pembelian	47
Tabel 4.3. Distribusi atribut minuman kefir yang dikonsumsi.....	48
Tabel 4.4. Persebaran tingkat pengetahuan kualitas kefir	49
Tabel 4.5. Persebaran tingkat pengetahuan kualitas berdasarkan karakteristik responden.....	49
Tabel 4.6. Skor rata- rata tingkat pengetahuan kualitas.....	51
Tabel 4.7. Persebaran tingkat pengetahuan kehalalan kefir	52
Tabel 4.8. Persebaran tingkat pengetahuan kehalalan berdasarkan karakteristik responden.....	53
Tabel 4.9. Skor rata- rata tingkat pengetahuan kehalalan kefir.....	54
Tabel 4.10. Persebaran tingkat persepsi kualitas kefir.....	55
Tabel 4.11. Skor rata- rata tingkat persepsi kualitas kefir	56
Tabel 4.12. Persebaran tingkat persepsi kehalalan kefir.....	57
Tabel 4.13. Skor rata- rata tingkat persepsi kehalalan kefir	58
Tabel 4.14. Alasan persepsi responden terhadap kehalalan kefir.....	59
Tabel 4.15. <i>Model Summary</i> dan ANOVA persepsi kualitas kefir	60
Tabel 4.16. Hasil analisis regresi linear berganda persepsi kualitas kefir.....	61
Tabel 4.17. <i>Model Summary</i> dan ANOVA persepsi kehalalan kefir	62
Tabel 4.18. Hasil analisis regresi linear berganda persepsi kehalalan kefir	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Terbentuknya Persepsi.....	18
Gambar 2.2. Gambar Makroskopik Bulir Kefir.....	22
Gambar 2.3. Diagram Alir Proses Pembuatan Kefir.....	23
Gambar 2.4. Titik Kritis Produk Berbasis Bioproses Mikroba.....	28
Gambar 2.5. Kerangka Pikir.....	32
Gambar 3.1. Diagram Penentuan Responden.....	38
Gambar 3.2. Diagram Hubungan Variabel Independen dan Variabel Dependen.....	43
Gambar 4.1. Diagram <i>Pie Chart</i> Tingkat Pengetahuan Kualitas Kefir.....	49
Gambar 4.2. Diagram <i>Pie Chart</i> Tingkat Pengetahuan Kehalalan Kefir.....	52
Gambar 4.3. Diagram <i>Pie Chart</i> Tingkat Persepsi Kualitas Kefir.....	55
Gambar 4.4. Diagram <i>Pie Chart</i> Tingkat Persepsi Kehalalan Kefir.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner <i>Online</i>	74
Lampiran 2. Skor Penilaian	87
Lampiran 3. Landasan Teori Penentuan Variabel	90
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	91
Lampiran 5. <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	92
Lampiran 6. Penentuan R_{tabel}	96
Lampiran 7. <i>Output</i> SPSS Analisis <i>Chi- Square</i>	97
Lampiran 8. <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 9. <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linear Berganda	101
Lampiran 10. Penentuan F_{tabel}	103
Lampiran 11. Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018	104
Lampiran 12. Logbook Penelitian.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, tren produk pangan fungsional mulai meningkat seiring dengan perilaku masyarakat yang masyarakat ingin memelihara kesehatan tanpa mengonsumsi obat medis, oleh karena itu pangan fungsional dipilih sebagai alternatif dalam menjalankan pola hidup yang sehat (Iwatani & Naoyuki, 2019). Hal ini dibuktikan dengan ukuran pasar global untuk penjualan pangan fungsional terus meningkat dari 212 miliar dolar pada tahun 2013 dan diprediksi menjadi 320 miliar dolar pada tahun 2022 (Wuncsh, 2020). Indonesia sendiri menduduki peringkat kedua sebagai pasar terbesar untuk penjualan pangan fungsional di Asia Pasifik setelah negara Cina (Sloan, 2020).

Sebanyak 50% klaim kesehatan pada pangan fungsional yang beredar di pasaran adalah klaim meningkatkan kesehatan pencernaan dengan probiotik *Lactobacillus* dan *Bifidobacterium*, *oligo-saccharide*, dan serat pangan (Iwatani & Naoyuki, 2019). Probiotik didefinisikan sebagai mikroorganisme hidup yang dapat memberikan manfaat kesehatan saat dikonsumsi dalam jumlah tertentu. Mikroorganisme tersebut antara lain *Lactobacillus spp.*, *Bifidobacterium spp.*, *Enterococcus spp.*, dan *Saccaromices cereviciae* (Shi, 2016).

Salah satu produk pangan mengandung probiotik adalah susu kefir, yaitu fermentasi susu menggunakan *starter* bulir kefir yang tersusun atas kumpulan bakteri asam laktat dan khamir (Sulmiyati, et al., 2019). Meskipun tidak sepopuler produk fermentasi susu lainnya seperti yogurt dan keju, namun kefir memiliki keunggulan karena mengandung mikroorganisme kompleks dan spesifik serta mengandung senyawa bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan (Sadabadi, et al., 2019). Kefir diproduksi dengan cara menginokulasikan bulir kefir ke dalam susu. Secara tradisional, susu yang sering digunakan adalah susu sapi, kambing atau kerbau (Prado, et al., 2015). Kefir mengandung mikroorganisme kompleks yang terdiri dari bakteri asam laktat (*Lactobacilli*, *Lactocicci*, *Streptococci*), bakteri asam asetat dan khamir (*Candida sp.*, *Kazachstania sp.*, *Kluyveromyces sp.*, *Sccaromyces sp.*, *Torulosis sp.*, *Zygosaccharomyces sp.*) serta hasil metabolit mikroorganisme seperti asam laktat, karbondioksida dan alkohol (Sulmiyati, et al., 2019).

Namun, terdapat beberapa hal yang harus menjadi perhatian. Pertama, berdasarkan risiko kesehatan kefir termasuk ke dalam kategori pangan dengan tingkat risiko tinggi sehingga proses produksi hingga pemasaran perlu diawasi secara ketat untuk menghindari terjadinya kemungkinan bahaya serta wajib teregristrasi secara MD (Makanan Dalam Negeri) (Yulianti & Resmi, 2018). Selain itu kefir mengandung hasil metabolit berupa etanol yang menjadi faktor krusial penentuan kehalalan produk pangan (Kurniadi & Andri, 2016). Dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produsen wajib melakukan sertifikasi halal sebagai langkah dalam menjamin kehalalan suatu produk (Hidayat & Mustolih, 2015).

Di Indonesia, pada mulanya kefir masih menjadi konsumsi pribadi dan belum dijual secara komersial. Namun seiring dengan banyaknya testimoni khasiat kefir terhadap kesehatan, maka permintaan konsumen juga semakin meningkat (Jaya, 2013). Saat ini, penjualan kefir masih didominasi penjualan melalui *e-commerce*, yaitu transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet (Sarwono & K. Prihartono, 2012). Penjualan kefir melalui *e-commerce* memiliki permasalahan terkait dengan kualitas dan kehalalan produk yang dibuktikan dengan sedikitnya produk kefir berlabel BPOM dan halal MUI. Studi terhadap salah satu platform *e-commerce* di Indonesia menyebutkan bahwa terdapat sekitar 35% makanan olahan kemasan yang dijual tidak memiliki izin edar, selain itu dari 28% sampel yang sudah mencantumkan logo halal hanya 17% yang mencantumkan logo halal MUI (Ernawati, et al., 2018).

Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan analisis persepsi sebagai salah satu langkah awal perbaikan kualitas dan kehalalan kefir yang beredar di *e-commerce*. Persepsi merupakan proses individu dalam mengolah stimulus menjadi suatu gambaran terstruktur dan bermakna (Subianto, 2007). Persepsi berperan sebagai penentu perilaku belanja, pemahaman mengenai persepsi konsumen penting bagi produsen karena keputusan pembelian produk sebagian besar dipengaruhi oleh persepsi konsumen (Agyekum, et al., 2015)

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* serta sebagai informasi bagi produsen dan pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan kehalalan kefir yang beredar di *e-commerce*. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *online survey* sedangkan untuk mengetahui faktor yang

memengaruhi persepsi kefir, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengetahuan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir yang dibeli melalui *e-commerce*?
3. Apa faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir yang dibeli melalui *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengetahuan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir.
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.
3. Mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan susu kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tingkat pengetahuan dan persepsi konsumen serta faktor- faktor yang berpengaruh terhadap kualitas dan kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.

2. Secara Khusus

- Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penelitian pendahuluan untuk pengembangan formulasi kefir, terutama bagi kefir yang beredar di pasar daring (*e-commerce*)

- Produsen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap

kualitas dan kehalalan kefir, sehingga produsen dapat mengembangkan produknya sesuai harapan konsumen.

- Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce sehingga pemerintah dapat meningkatkan pengawasan dan pelayanan mengenai regulasi kefir yang beredar secara daring.



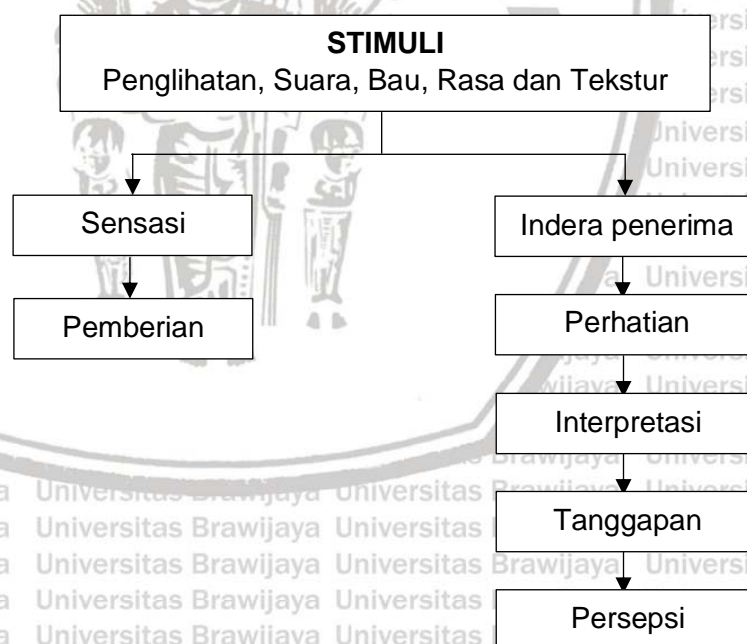
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi Konsumen

Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih dan menginterpretasikan suatu informasi yang didapatkan dari stimulus atau pengalaman masa lampau untuk kemudian memberikan gambaran kepada kita mengenai suatu obyek (Subianto, 2007). Sedangkan definisi konsumen menurut UU. Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Latif, 2016)

Dalam ilmu pemasaran, persepsi konsumen lebih penting daripada realitas karena persepsi akan mempengaruhi perilaku aktual dari konsumen. Proses terbentuknya persepsi digambarkan dalam suatu pola oleh Solomon (1996) dalam Agustian (2013) seperti pada **Gambar 2.1**.



Gambar 2.1. Proses Terbentuknya Persepsi (Agustian, 2013)

Sesuai dengan diagram tersebut yang dikuatkan oleh pendapat Walgito (1981) dalam Arifin (2017) persepsi akan melalui beberapa tahapan pembentukan yaitu:

1. Pertama, individu menerima stimulus dan mengidentifikasinya menggunakan indera penerima. Kemudian indera penerima meneruskannya menuju reseptor melalui saraf- saraf sensoris.
2. Kedua, timbulnya kesadaran dan perhatian individu terfokus pada beberapa stimulus.
3. Ketiga, terjadi interpretasi terhadap stimulus yang kemungkinan juga dipengaruhi oleh beberapa hal berdasarkan pengalaman dan kebutuhan individu.

Persepsi individu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks, namun secara umum dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal merupakan faktor dari dalam diri seperti prinsip, agama, pemikiran, dan gaya hidup, sedangkan faktor eksternal merupakan stimulus yang berasal dari luar diri atau lingkungan seperti sifat fisik produk, *brand*, harga, dan tempat dimana produk dibeli (Arifin, et al., 2017). Penelitian Chrysochou & Klaus (2014) menyatakan persepsi konsumen terhadap kesehatan produk dipengaruhi oleh klaim pada label dan *image* produk tersebut. Sedangkan konsumen dengan motivasi kesehatan tinggi lebih mengandalkan klaim proses dibandingkan klaim pada label dan *image* produk. Penelitian Ibrahim (2017) menyatakan faktor tertinggi yang mempengaruhi persepsi konsumen yogurt adalah faktor merek, kemudian diikuti oleh faktor manfaat kesehatan, harga, label, dan rasa. Sedangkan penelitian Pradito, et al., (2020) tentang faktor- faktor yang menentukan persepsi terhadap pangan probiotik menyebutkan bahwa pengalaman konsumsi seperti jenis pangan probiotik, jumlah konsumsi per minggu, dan manfaat kesehatan yang dirasakan berkorelasi dengan persepsi pangan probiotik yang kemudian akan menimbulkan keinginan untuk membeli.

2.2 Kefir

Kefir merupakan minuman fermentasi susu khas Timur Tengah. Kata kefir berasal dari bahasa Turki 'Keyif' yang berarti 'perasaan senang' yang terkorelasi dengan keadaan tubuh yang lebih sehat setelah mengonsumsi kefir (Otlis & Ozlem, 2003). Kefir memiliki rasa sedikit asam, beralkohol dengan tekstur yang *creamy*. Berdasarkan komposisinya, kefir dikategorikan sebagai sumber probiotik dimana mikroorganisme yang terkandung antara lain *Lactobacillus* (*L. kefir*, *L. kefiranofaciens*, *L. delbrueckii*, *L. helveticus*, *L. casei*, *L. kefir*, *L. brevis*, *L. paracasei*, *L. parakefir*, *L. plantarum*, *L. satsumensis*, *L. curvatis*, *L. fermentum*, *L.*

viridescens, *L. acidophilus*, *L. gasseri*, *L. kefirgranum*, *L. parakefiri*, *L. parabuchneri*, *L. garviae*, *L. buchneri*, *L. sunkii*, *L. crispatus*, *L. otakiensis*, *L. intestinalis*, *L. amylovarus*, *L. pentosus*, *L. salibarius*, *L. johnsonii*, *L. rhamnosus*, *L. rossiae*, *L. sakei*, *L. reuteri*, *L. kalixensis*, *L. rapi*, *L. diolivarans*, *L. parafarraginis*, *L. gallinarum*), **Pediococcus** (*P. clausenii*, *P. damnosus*, *P. halophilus*, *P. pentosaceus*, *P. lolii*), **Lactococcus** (*L. lactis* subsp. *lactis*, *L. lactis* subsp. *cremoris*, *L. lactis* subsp. *lactis* biovar *diacetylactis*, *L. garviae*), **Streptococcus** (*S. salivarius* subsp. *thermophilus*, *S. thermophilus*, *S. durans*), **Leuconostoc** (*Leuconostoc* spp., *L. mesenteroides*, *L. pseudomesenteroides*), **Oenococcus oeni**, **Acetobacter** (*Acetobacter* spp., *A. sicerae*, *A. orientalis*, *A. lovaniensis*), **Bifidobacterium** (*Bifidobacterium* spp., *B. breve*, *B. choerinum*, *B. longum*, *B. pseudolongum*), **khamir dan fungi** (*Zygosaccharomyces* spp., *Candida kefir*, *Candida lipolytica*, *Saccharomyces cerevisiae*, *Candida holmii*, *Torulaspora delbrueckii*, *Saccharomyces unisporus*, *Candida friedrichii*, *Kluyveromyces lactis*, *Pichia fermentans*, *Issatchenkia orientalis*, *Kluyveromyces marxianus*, *Saccharomyces turicensis*, *Dekkera anomala*, *Kazachstania exigua*, *Naumovozyma* spp., *Cryptococcus humicolus*, *Geotrichum candidum*, *kazachstania servazii*, *Ka. Solicola*, *Ka. Aerobia*, *Saccaromyces cariocanus*) (Bourrie, et al., 2016). Kefir juga mengandung produk metabolit mikoba, dimana produk metabolit utama yang terbentuk selama proses fermentasi adalah asam laktat, karbondioksida dan alkohol. Selain itu terdapat pula vitamin B1, B12, kalsium, asam amino, asam folat, dan vitamin K (Ottles & Ozlem, 2003).

Untuk membandingkan kefir dengan produk susu fermentasi lainnya dapat dilihat melalui starter yang spesifikasinya ditetapkan oleh Codex Alimentarius (2011), dimana kefir memiliki kandungan mikroorganisme yang lebih kompleks dan jumlah yang lebih banyak dibandingkan produk fermentasi susu lainnya (**Tabel 2.1**).

Tabel 2.1. Starter spesifik pada produk fermentasi susu

Jenis Produk	Starter Spesifik
Kefir	Bulir kefir, <i>Lactobacillus kefir</i> , <i>Leuconostoc</i> , <i>Lactococcus</i> , <i>Acetobacter</i> , <i>Kluyveromyces marxianus</i> , <i>Saccharomyces unisporus</i> , <i>Saccharomyces cerevisiae</i> , dan <i>Saccharomyces exiguus</i>), serta dapat ditambahkan bakteri lain yang sesuai
Yogurt	<i>Streptococcus thermophilus</i> dan <i>Lactobacillus delbrueckii</i> subsp. <i>bulgaricus</i> serta dapat ditambahkan bakteri lain yang sesuai
Yogurt kultur lain	<i>Streptococcus thermophilus</i> dan species <i>Lactobacillus</i> serta dapat ditambahkan bakteri lain yang sesuai

Jenis Produk	Starter Spesifik
Susu asidofilus	<i>Lactobacillus acidophilus</i> serta dapat ditambahkan bakteri lain yang sesuai
Kumys	<i>Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus</i> dan <i>Kluyverimycetes marxianus</i> serta dapat ditambahkan bakteri lain yang sesuai

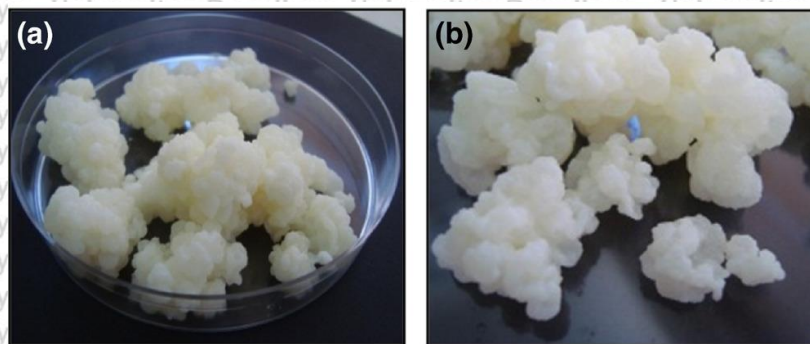
Sumber: Codex Alimentarius (FAO/WHO, 2011)

Sebagai pangan fungsional, kefir diteliti memiliki manfaat kesehatan antara lain aktivitas anti- mikrobial, menekan pertumbuhan tumor, membantu penyembuhan luka, *immunomodulation*, anti- inflamasi, anti- obesitas, menurunkan kolesterol, antioksidan, meningkatkan toleransi laktosa, mengurangi lemak liver dan meningkatkan mikroflora pencernaan. Manfaat kesehatan ini diperoleh baik dari aktivitas probiotik mikroorganisme maupun hasil metabolit mikroorganisme (Bengoa, et al., 2018).

Selain menggunakan bahan baku susu, kefir juga diproduksi dengan beragam sumber pangan lainnya seperti susu kedelai, larutan gula, atau sari buah buahan. Hal ini dikarenakan beberapa orang membatasi konsumsi susu hewani karena harganya yang mahal ataupun preferensi pribadi atau agama (Prado, et al., 2015). Kefir yang berasal dari larutan gula maupun sari buah sering disebut sebagai kefir air (*water kefir*). *Water kefir* adalah minuman fermentasi tradisional yang diproses dengan cara menginokulasikan bulir kefir air ke dalam larutan gula ataupun larutan hasil maserasi buah buahan yang mengandung gula secara alami. Penggunaan ekstraksi buah buahan pada fermentasi kefir air dapat menambah beberapa nutrisi yang baik bagi pertumbuhan mikroba (Surja, et al., 2019). Kefir air berwarna jernih kekuningan dengan rasa sedikit manis, sedikit asam, beralkohol dan bersoda, sedangkan aroma yang dihasilkan adalah aroma buah (*fruity*) (Laureys & Vuyst, 2014). Kefir air juga memiliki sifat fungsional yang memiliki dampak positif bagi kesehatan karena mengandung vitamin, dan mineral. Beberapa penelitian juga membuktikan bahwa kefir air juga memiliki aktivitas anti-tumor dan anti- mikroba (Surja, et al., 2019).

2.2.1 Bulir kefir

Bulir kefir adalah starter mikroorganisme yang digunakan dalam pembuatan kefir. Bulir kefir memiliki warna putih kekuningan, kenyal, berbentuk seperti kembang kol dengan beragam ukuran mulai dari diameter 0,3 – 3,5 cm (**Gambar 2.2)**



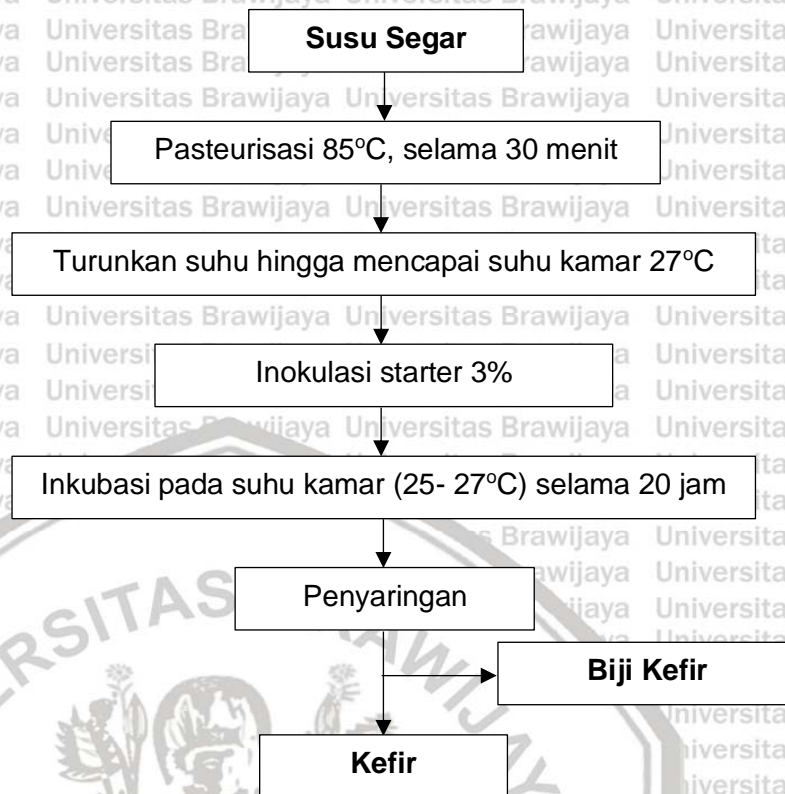
Gambar 2.2. Gambar Makroskopik Bulir Kefir (Bengoa, et al., 2018)

Bulir kefir tersusun dari kumpulan bakteri asam laktat, khamir dan bakteri asam asetat yang menempel pada suatu matriks polisakarida yang disebut dengan kefiran (Bengoa, et al., 2018). Setelah fermentasi, bulir kefir akan memecah menjadi biji baru dengan karakteristik yang sama seperti induknya (Prado, et al., 2015).

Struktur bulir kefir merupakan *exopolysaccharide* (EPS) yang terdiri dari D-glukosa dan D-galaktosa dengan rasio 1:1. Struktur ini menjadi tempat tinggal bagi mikroba penyusun bulir kefir, dimana bakteri diteliti banyak hidup di permukaan biji sedangkan khamir mendominasi bagian tengahnya. Mikroorganisme bulir kefir berbeda beda tergantung pada asal daerah bulir kefir tersebut, penelitian menunjukkan terdapat lebih dari 50 spesies bakteri dan khamir yang terkandung dalam bulir kefir (Pogacic, et al., 2013). Bakteri yang umum ditemukan antara lain *Lb. kefiri*, *Lb. casei*, *Lb. fermentum*, *Lb. acidophilus*, *Lactococcus lactis*, *Streptococcus thermophilus*, sedangkan khamir yang ditemukan *Candida albicans*, *Saccaromyces cereviciae*, *Kluyeromyces marxianus*, *Pichia caribbica* (Sulmiyati, et al., 2019).

2.2.2 Proses Pembuatan Kefir

Proses pembuatan kefir diawali dengan pemilihan bahan baku. Beberapa literatur menyebutkan bahwa bahan baku susu yang digunakan sebaiknya merupakan susu segar (*raw milk*), tetapi dengan alasan higienitas dan keamanan pangan maka susu dipasteurisasi terlebih dahulu. Proses pasteurisasi dilakukan pada suhu 85°C selama 30 menit, kemudian diturunkan suhunya menjadi suhu ruang (20°C- 25°C). Setelah mencapai suhu ruang, starter berupa bulir kefir dimasukkan kedalam susu dan dilakukan inkubasi pada suhu ruang selama 20-48 jam (Bahar, 2008) (Lindawati, et al., 2015).



Gambar 2.3. Diagram Alir Proses Pembuatan Kefir (Lindawati, et al., 2015)

Pada saat fermentasi, kefir melibatkan kerja sinergis antara bakteri asam laktat dan khamir. Bakteri asam laktat memiliki enzim β -galaktosidase sehingga memiliki kemampuan memecah laktosa menjadi gula monomer glukosa dan galaktosa yang digunakan oleh mikroorganisme lain untuk bertumbuh (Triwibowo, et al., 2020). Gula ini digunakan oleh khamir sebagai sumber energi untuk membentuk alkohol dalam bentuk etanol dan karbondioksida (Nuraeni, et al., 2014). Disisi lain, bakteri asam laktat heterofermentatif juga akan memproduksi beberapa senyawa seperti aseton, diasetil, asetaldehid, dan aseton yang akan membentuk flavor khas kefir (Hikmetoglu, et al., 2020). Selain penguraian laktosa, terjadi juga penguraian protein susu menjadi asam amino. Penguraian asam amino ini berkontribusi juga terhadap penurunan nilai pH bersama dengan asam laktat sehingga menciptakan rasa asam pada kefir (Bahar, 2008).

2.3 Kualitas Produk Kefir

Kualitas pangan merupakan kombinasi dari beberapa aspek fisik, sensoris, komposisi kimia, mikrobiologi, kontaminasi, *shelf-life*, kemasan dan label (Petrescu, et al., 2020). Kualitas minuman kefir dapat berbeda- beda tergantung dari beberapa faktor antara lain jenis susu yang digunakan, proporsi bulir kefir yang ditambahkan, jenis mikroorganisme yang terkandung dalam bulir kefir, serta jangka waktu inkubasi (Sulmiyati, et al., 2019). Meskipun berbeda setiap produknya, namun terdapat standar komposisi kefir yang telah ditetapkan oleh Codex Alimentarius (2011) seperti tercantum dalam **Tabel 2.2**.

Tabel 2.2. Standar komposisi kefir

Parameter	Satuan	Jumlah
Protein susu	% m/m	Min. 2,7%
Lemak susu	% m/m	Kurang dari 10%
Asam tertitrasi, dinyatakan dalam % asam laktat	% m/m	Min. 0,6%
Jumlah mikroorganisme spesifik pada kultur starter (cfu/g, dalam total)	CFU/g	Min. 10^7
Khamir	CFU/g	Min. 10^4

Sumber: Codex Alimentarius (FAO/WHO, 2011)

Secara umum, karakter sensoris kefir memiliki karakteristik sebagai berikut: pH sekitar 4,0; kandungan alkohol dari 0,5%- 2%, rasa yang asam, bersoda, dan sedikit aroma ragi. Rasa asam, bersoda dan beraroma ragi disebabkan oleh hasil metabolit khamir yang terkandung dalam kefir. Kombinasi rasa dan aroma ini dapat disebut sebagai aroma khas kefir (Sokolinska, et al., 2008). Aspek sensoris ini dipengaruhi oleh tinggi rendahnya proporsi bulir kefir yang ditambahkan, lama waktu inkubasi, dan suhu inkubasi (Sulmiyati, et al., 2019).

Pengujian kombinasi rasio bulir kefir, waktu fermentasi dan suhu inkubasi yang pernah diteliti oleh Yusriyah & Rudiana (2014) menunjukkan bahwa panelis menyukai rasa, soda dan kekentalan kefir yang difermentasi dengan konsentrasi bulir kefir 3% selama 24 jam pada suhu 30°C. Sedangkan dari segi aroma dan warna, panelis lebih menyukai kefir yang difermentasi dengan konsentrasi bulir kefir 1% selama 24 jam pada suhu 30°C (**Tabel 2.3**).

Tabel 2.3.Penelitian kombinasi untuk menghasilkan produk kefir terbaik

Rasio Bulir Kefir (w/v)	Waktu Fermentasi	Suhu Inkubasi	Hasil	Referensi
1%	24 jam	30°C	Aroma dan warna disukai	(Yusriyah & Rudiana, 2014)
3%	24 jam	30°C	Rasa asam, bersoda dan tekstur disukai	(Yusriyah & Rudiana, 2014)
1%	18- 24 jam	25°C	Tekstur kental, rasa kurang asam	(Bengoa, et al., 2018)
10%	18- 24 jam	25°C	Rasa asam, bersoda, tekstur kurang kental	(Bengoa, et al., 2018)
1%	48 jam	20°C	Tekstur kental, rasa kurang asam	(Garrote, et al., 1998)
10%	48 jam	20°C	Bersoda, tekstur kurang kental	(Garrote, et al., 1998)
4%	24 jam	10°C	Kadar protein dan lemak sesuai CODEX dan warna, teksur, aroma, dan rasa terbaik	(Angelia, 2020)

Penelitian Garrrote (1998) menyatakan bahwa rasio bulir kefir 1% akan menghasilkan kefir dengan kekentalan tinggi namun tidak terlalu asam dan rasio bulir 10% akan menghasilkan kefir yang asam dan bersoda tetapi tidak terlalu kental dengan waktu fermentasi yang direkomendasikan adalah 48 jam pada suhu 20°C. Hasil ini dikuatkan oleh penelitian Bengoa (2018) yang merekomendasikan rasio bulir kefir 1% untuk tekstur kental dan rasa kurang asam, serta rasio bulir kefir 10% untuk rasa asam dan bersoda dengan waktu fermentasi 18-24 jam pada suhu 25°C. Sedangkan Angelia (2020) merekomendasikan rasio bulir kefir 4% dengan waktu fermentasi 24 jam pada suhu 10°C dimana hasil yang diperoleh adalah karakteristik terbaik menurut panelis dan kadar protein serta lemak sesuai CODEX.

2.4 Kehalalan Produk

Berdasarkan definsinya, halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapat dosa sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT dengan larangan tegas dimana orang yang melanggarnya mendapatkan dosa. Bagi umat muslim, persoalan memilih untuk mengonsumsi pangan halal merupakan persoalan yang sangat penting (Hidayat & Mustolih, 2015). Landasan hukum produk halal sesuai Syariah Islam terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 168 “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah- langkah setan. Karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” Secara umum,

pangan dibagi menjadi dua jenis yaitu pangan hewani dan pangan non- hewani. Berdasarkan surat QS. Al- Baqarah: 173, Allah mengharamkan bangkai, darah, daging babi, daging hewan yang disembelih tidak menyebut nama Allah, kecuali jika terpaksa dan tidak melampaui batas (Syarfida, 2015). Sedangkan semua kelompok pangan non-hewani, seperti nabati dan benda cair menurut syariat Islam halal dimakan kecuali yang najis atau terkena najis, berbahaya, dan yang memabukkan (Hidayat & Mustolih, 2015).

Studi menyatakan bahwa 56% responden tidak membeli suatu produk apabila mereka ragu terhadap kehalalan produk tersebut, sedangkan 87% responden bersedia membayar lebih tinggi bagi produk yang benar benar halal. Peningkatan kesadaran konsumen tersebut juga menjadi salah satu upaya dalam membatasi pemasaran produk dengan kualitas rendah (Soesilowati & Chitra, 2013). Indonesia sendiri memiliki pranata hukum yang mengatur mengenai produk halal yakni Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH). UU-JPH menjadi payung hukum bagi pengaturan produk halal yang mencakup berbagai aspek seperti obat, makanan, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Jaminan kehalalan produk- produk terebut kemudian dilegalkan melalui proses sertifikasi, dimana sebelumnya sertifikasi halal bersifat *voluntary* (sukarela) dan dalam UU-JPH menjadi *mandatory* (keharusan) (Hidayat & Mustolih, 2015).

Berikut merupakan standar produk pangan halal di berbagai negara yang dapat dilihat pada **Tabel 2.4**.

Tabel 2.4. Standar produk pangan halal di berbagai negara

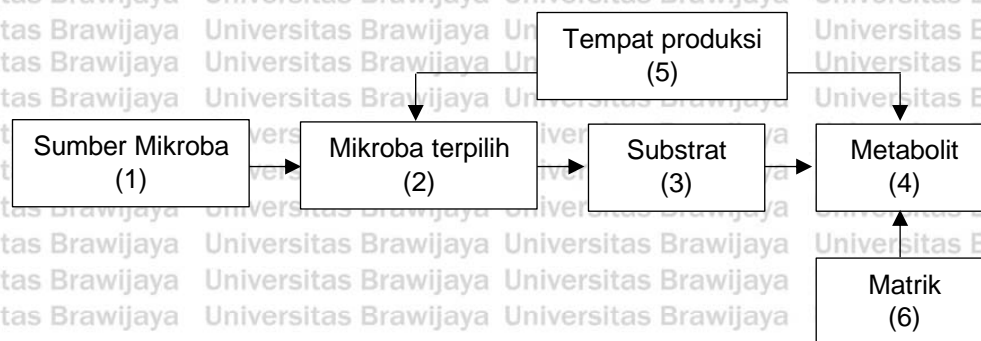
Kategori	Indonesia	Malaysia	Thailand	Amerika
Peraturan	Fatwa MUI No. 4/2003	MS 1500/2009	THS 24000/2552	ISWA
Mikroba	Halal, kecuali yang menyebabkan racun, gangguan fungsi akal dan raga, berbahaya bagi kesehatan, tetapi ragi dari manufaktur bir/alkohol dapat menjadi <u>halal</u> apabila dicuci sampai bau, rasa	Halal, kecuali yang menyebabkan racun, gangguan fungsi akal dan raga, berbahaya bagi kesehatan.	Halal, kecuali yang menyebabkan racun, gangguan fungsi akal dan raga, berbahaya bagi kesehatan, tetapi ragi dari manufaktur bir/alkohol adalah <u>haram</u> .	Halal, kecuali yang menyebabkan racun, gangguan fungsi akal dan raga, berbahaya bagi kesehatan.

Kategori	Indonesia	Malaysia	Thailand	Amerika
	dan warna hilang.			
Konsentrasi etanol maksimum	<0,5% jika secara medis tidak membahayakan	Asal tidak menyebabkan "intoksikasi"	<0.5%	<0.05%
Informasi lain	- Tape dan air tape tidak haram asal tidak memabukkan - Etanol dari industri alkohol haram - Fuse oil secara kimiawi menghasilkan zat baru halal - Cuka halal			
Peraturan lain	UU No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol	MS 1514:2009: GMP MS 1480:2007: HACCP		Codex Alimentarius: Labelling of Halal Food CAC/GL-24-1997

Sumber: (Kurniadi & Andri, 2016) (MUI, 2018)

2.5 Titik Kritis Kehalalan Kefir

Kefir merupakan salah satu produk fermentasi susu yang memiliki hasil metabolit mikroba berupa asam laktat, karbondioksida dan etanol/ alkohol. Keberadaan etanol/ alkohol inilah yang membuat beberapa konsumen produk kefir mempertanyakan kehalalan kefir (Jaya, 2013). Titik kritis produk berbasis bioproses mikroba (**Gambar 2.4**) meliputi (1) sumber mikroba, (2) isolat mikroba, (3) substrat pertumbuhan, (4) produk metabolisme (5) tempat produksi, dan (6) matrik atau bahan lain yang ditambahkan untuk tujuan tertentu. Sedangkan titik kritis kefir ada pada produk metabolisme yaitu etanol/alkohol. Apabila jumlah etanol yang dihasilkan cukup tinggi maka menyebabkan produk tersebut menjadi tidak halal. Jumlah minimum etanol ini berbeda- beda sesuai dengan kebijakan masing- masing negara. Selain itu, untuk kefir yang diberi perisa maka matrik atau bahan tambahan pangan yang ditambahkan dalam produk juga perlu diperhatikan (Kurniadi & Andri, 2016).



Gambar 2.4. Titik Kritis Produk Berbasis Bioproses Mikroba (Kurniadi & Andri, 2016)

Dalam perdagangan internasional produk pangan berbasis mikroba masih didominasi oleh minuman beralkohol yang haram bagi umat muslim. Sedangkan produk pangan berbasis mikroba yang secara umum halal dan menduduki peringkat tertinggi meliputi susu fermentasi, yogurt, keju dan ragi (Kurniadi & Andri, 2016).

Dalam artikel tanya jawab pada laman resmi MUI mengenai kehalalan susu kefir dijelaskan bahwa pada dasarnya susu dari hewan yang halal itu suci dan halal. Maka kemudian perlu ditelaah bahan baku produk, bahan tambahan, dan alat- alat pemrosesannya. Apabila suci dan halal maka produk olahan susu tersebut juga suci dan halal (Hasanuddin & Abdul, 2019). Sedangkan pada Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol dijelaskan lebih lanjut pada poin Ketiga tentang Ketentuan Terkait Produk Minuman yang Mengandung Alkohol, (1) produk minuman yang mengandung khamr hukumnya haram, (2) produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/ etanol minimal 0,5% hukumnya haram, (3) produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/ etanol kurang dari 0,5% hukumnya halal jika secara medis tidak membahayakan, (4) produk minuman non fermentasi yang mengandung alkohol/ etanol kurang dari 0,5% yang bukan berasal dari khamar hukumnya halal apabila secara medis tidak membahayakan, seperti minuman ringan yang ditambahkan *flavour* yang mengandung alkohol/ etanol (MUI, 2018).

Kadar alkohol/ etanol dalam kefir dapat dikontrol <0,5% dengan menyesuaikan jumlah bulir kefir yang ditambahkan, suhu inkubasi dan lama waktu inkubasi. Semakin banyak bulir kefir yang ditambahkan maka produksi alkohol

oleh khamir juga akan meningkat (Setyawardani, et al., 2014). Motaghi, et al., (1997) menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa peningkatan alkohol berbanding lurus dengan lama waktu inkubasi sehingga perlu dipertimbangkan lama waktu inkubasi kefir agar kadar alkohol saat dikonsumsi adalah $<0,5\%$. Berikut adalah beberapa penelitian yang pernah dilakukan, dengan hasil akhir kadar alkohol $<0,5\%$.

Tabel 2.5. Hasil kadar alkohol berdasarkan formulasi bulir, waktu dan suhu fermentasi

Rasio Bulir Kefir (w/v)	Waktu Fermentasi	Suhu Inkubasi	Kadar Alkohol	Referensi
1%	24- 60 jam	28°C	0,28%	(Setyawardani, et al., 2014)
3%	24- 60 jam	28°C	0,46%	(Setyawardani, et al., 2014)
5%	12 jam	25°C	0,10%	(Motaghi, et al., 1997)
5%	24 jam	25°C	0,15%	(Motaghi, et al., 1997)
5%	72 jam	25°C	0,20%	(Motaghi, et al., 1997)

2.6 Tren Penjualan Kefir di Indonesia

Keberadaan kefir di Indonesia telah dimulai sejak era pemerintahan Soekarno sekitar tahun 1956- 1960. Bulir kefir pertama kali dibawa oleh seorang dokter asal Rusia yang memiliki kerjasama dengan AURI (Angkatan Udara Republik Indonesia). Saat itu kefir masih menjadi konsumsi pribadi dan belum dijual secara komersial. Pada tahun 2001, Bapak Ir. Andang Kasriadi meluncurkan Rumah Kefir Bandung setelah mendapatkan pembuktian khasiat kefir dari para sahabat dan kerabatnya. Selanjutnya pada tahun 2011, dideklarasikan Komunitas Kefir Indonesia (KKI) sebagai suatu organisasi perkumpulan penggiat kefir di Indonesia (Jaya, 2013).

Berdasarkan riset pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, penjualan kefir saat ini masih didominasi oleh penjualan melalui *e-commerce*. *E-commerce* atau *electronic commerce* adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet (Sarwono & K. Prihartono, 2012). *E-commerce* terdiri dari beberapa jenis transaksi termasuk *marketplace* (pasar elektronik), dan *business to customer* (penjualan langsung ke pembeli). Pada platform *marketplace* Tokopedia dengan kata kunci 'kefir' kategori 'makanan dan minuman' terdapat lebih dari 100 produk kefir dengan beragam jenis produk antara lain kefir susu sapi, kefir susu kolostrum sapi, kefir susu kambing etawa, kefir *whey* sapi, kefir dengan penambahan berbagai rasa seperti matcha, dan *water kefir*. Pada *marketplace* Shopee dengan kata kunci 'kefir' kategori 'makanan dan minuman' sistem memberitahukan bahwa terdapat

sekitar 924 jenis produk dengan berbagai macam jenis seperti kefir susu sapi, kefir *smoothies*, kefir bubuk *cold process*, kefir kolostrum kapsul, kefir susu kambing, kefir kolostrum sapi, kefir *whey* sapi, kefir soya, *water kefir* dan kefir dengan beragam penambahan rasa seperti stroberi dan madu. Selain itu terdapat pula penjualan kefir *business to customer* melalui media sosial instagram dan facebook yang dapat dibeli secara pesan langsung (*direct message*) atau dialihkan menggunakan platform whatsapp.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini diambil sebagai referensi untuk penulisan dan pengambilan metode. Berikut merupakan hasil penelitian terdahulu pada **Tabel 2.6**.

Tabel 2.6. Hasil penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Pengambilan Data	Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Determinants of Knowledge and Perception of Probiotic by Jabodetabek College Students	Mengetahui pengaruh pengetahuan, pengalaman, persepsi dan keputusan pembelian produk probiotik pada mahasiswa Jabodetabek	Kuisisioner	Persamaan regresi linear sederhana	Faktor pengalaman terhadap probiotik mempengaruhi persepsi terhadap probiotik (Pradito, et al., 2020)
2.	Halal Label on Food Product by MUI (Indonesian Ulama Council) and Student Purchasing Decision of Faculty of Business and Economic Universitas Muhammadiyah Surakarta	Mengetahui pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis terhadap produk pangan halal serta pengaruh label MUI terhadap keputusan pembelian	Wawancara dan kuesioner	Analisis deskripsi statistik	Pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang arti label halal beragam dan label halal MUI menentukan keputusan pembelian produk pangan (Siregar & Azhar, 2018).
3.	Preferensi Konsumen Produk Kefir Susu Kambing di Malang	Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap	Kuesioner	Regresi linear berganda	Faktor faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan

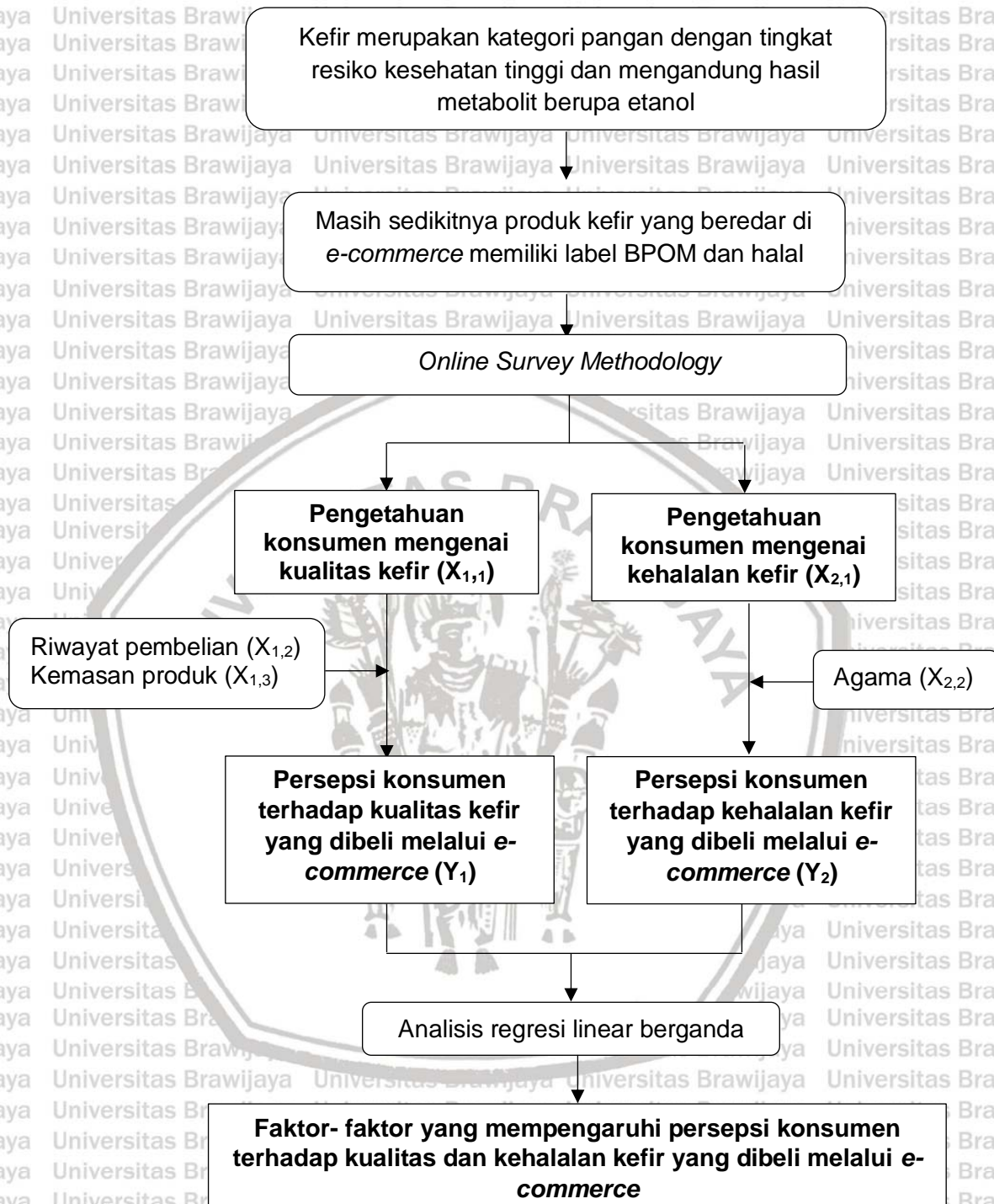
No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Pengambilan Data	Analisis Data	Hasil Penelitian
		keputusan pembelian kefir susu kambing dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen kefir susu kambing			keputusan pembelian kefir susu kambing adalah faktor jaminan keamanan, kepuasan fisiologis, kepuasan sosiologis, kepuasan harga diri dan aktualisasi. Faktor faktor yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen adalah faktor halal, ingredient, nilai gizi, kesehatan, kebiasaan, dan <i>nature product</i> (Fanani, 2018).

2.8 Kerangka Berpikir

Kefir merupakan salah satu minuman fermentasi susu yang dikenal memiliki manfaat bagi kesehatan. Saat ini, produk kefir banyak di jual di *e-commerce* dengan beragam varian. Berdasarkan risiko kesehatan kefir termasuk ke dalam kategori pangan dengan tingkat risiko tinggi sehingga proses produksi hingga pemasaran perlu diawasi secara ketat untuk menghindari terjadinya kemungkinan bahaya. Selain itu kefir mengandung hasil metabolit berupa etanol yang menjadi faktor krusial penentuan kehalalan produk pangan.

Pengamatan pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, dari sekian banyak produk kefir yang beredar belum banyak produsen yang memperhatikan kualitas dan kehalalan produk dibuktikan dengan sedikitnya produk yang berlabel BPOM dan halal MUI. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengetahuan kefir dan persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk kefir yang dibeli melalui *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap persepsi kualitas dan kehalalan produk kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.

Skema berpikir pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.5. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi penelitian dilakukan secara daring melalui pengisian *Google Form* yang dapat diakses secara terbuka oleh setiap responden. *Google Form* dipilih dengan alasan mudah diakses, menghemat waktu, menghemat tenaga dan biaya (Sudaryo, et al, 2019). Target responden adalah masyarakat umum dengan usia 20-45 tahun yang merupakan pengguna aktif internet.

Penelitian diawali dengan pembuatan kuesioner pada tanggal 15 Maret 2021 sampai dengan 15 April 2021. Kemudian dilakukan beberapa perbaikan hingga dapat disebarkan sebagai langkah pengumpulan data pada tanggal 19 April 2021 sampai dengan 2 Juni 2021. Kuesioner ditutup pada tanggal 3 Juni 2021 dan dilakukan analisis data hingga dapat diambil kesimpulan pada tanggal 13 Juni 2021. Logbook penelitian dapat dilihat pada **Lampiran 12**.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan termasuk dalam Penelitian Opini (*Opini Research*) yaitu penelitian terhadap fakta berupa opini, pandangan, persepsi, atau penilaian responden terhadap suatu masalah tertentu (Radjab & Andi, 2017).

3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu dapat diputuskan bahwa populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian kefir melalui *e-commerce*. Dengan pertimbangan, konsumen yang pernah melakukan pembelian kefir melalui *e-commerce* dianggap sudah memiliki stimulus yang cukup terhadap aspek kualitas dan kehalalan kefir sehingga dapat memberikan persepsi yang sesuai.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang memiliki karakteristik representasi dari populasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan melalui pendekatan *non- probability sampling*, yaitu teknik yang kurang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan

sampel dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat ditentukan sebelumnya (infinite). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kenyamanan responden dalam memberikan datanya untuk keperluan penelitian (Lavrakas, 2008). Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga dalam penentuan sampel menggunakan rumus Interval Penaksiran (Radjab & Andi, 2017):

$$N = \frac{Z^2}{4(M)^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Dimana:

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikans 5% (1,96)

M = Margin of Error, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi yaitu 10%

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Interval Penaksiran, diperoleh sampel yang diambil minimal sebesar 96,04 yang dibulatkan keatas menjadi 97 sampel. Namun, untuk kebutuhan penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

3.2.3 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari penelitian terdahulu yang ditunjukkan pada **Lampiran 3**. Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi 2 berdasarkan analisis yang akan dilakukan.

1. Analisis Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*

Variabel dependen: Persepsi kualitas kefir (Y_1)

Variabel independen: Pengetahuan kualitas kefir ($X_{1,1}$), riwayat pembelian ($X_{1,2}$), jenis kemasan ($X_{1,3}$)

2. Analisis Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*

Variabel dependen: Persepsi kehalalan kefir (Y_2)

Variabel independen: Pengetahuan kehalalan kefir ($X_{2,1}$), agama ($X_{2,2}$)

3.3 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner daring dengan menggunakan salah satu fitur yaitu *Google Form*. Kuesioner terdiri dari 50

pertanyaan yang terdiri dari 8 pertanyaan profil responden, 7 pertanyaan pengalaman pembelian, 11 pertanyaan pengetahuan kualitas kefir, 10 pertanyaan pengetahuan kehalalan kefir, 11 pernyataan persepsi kualitas kefir, dan 3 pernyataan persepsi kehalalan kefir, semua pertanyaan diberikan dalam Bahasa Indonesia. Kuesioner secara lengkap dapat dilihat pada **Lampiran 1**.

Pembuatan kuesioner dimulai dengan menentukan indikator yang sesuai untuk mengukur variabel. Indikator pada variabel pengetahuan meliputi pengetahuan konseptual, pengetahuan prosedural, dan pengetahuan faktual (Kandula, 2013). Indikator pada variabel persepsi kualitas meliputi *physical and sensory properties*, *microbial composition*, *microbial and toxicological contaminants*, *packaging and labelling* (Petrescu, et al., 2020). Sedangkan indikator pada persepsi kehalalan meliputi keyakinan dan informasi kehalalan (Said, et al., 2014). Selanjutnya dilakukan penyusunan item pertanyaan berdasarkan indikator beserta opsi jawaban.

Kuesioner pengetahuan terdiri dari tes pilihan ganda dan tes benar-salah. Tes pilihan ganda adalah tes yang menyediakan pilihan jawaban dengan salah satu opsinya berupa jawaban mutlak benar dan opsi lainnya berfungsi sebagai distraktor atau pengecoh. Sedangkan tes benar-salah adalah tes yang memberikan suatu pertanyaan dimana responden diminta untuk menjawab apakah pertanyaan tersebut sesuai dengan keadaan sebenarnya atau tidak. Penilaian kuesioner pengetahuan dilakukan dengan teknik penskoran konvensional atau *summated rating* yaitu memberi nilai 1 untuk jawaban benar dan 0 untuk jawaban salah kemudian skor total diperoleh dengan menjumlahkan jawaban benar pada tes tersebut (Khaerudin, 2016). Skor penilaian dan referensi jawaban dapat dilihat pada **Lampiran 2**.

Kuesioner persepsi dinilai menggunakan teknik penskalaan *Likert's Summated Rating (LSR)* dimana responden diberi beberapa pertanyaan yang bersifat tertutup (*closed questionnaire*). Banyaknya respon yang digunakan adalah 5 respon dengan alasan apabila terlalu sedikit hasil yang diperoleh terlalu kasar namun apabila terlalu banyak maka responden sulit membedakannya. Kemudian masing masing respon akan diberi skor positif (semakin tinggi semakin baik) atau skor negatif (semakin tinggi semakin buruk) yang nantinya akan dijumlahkan (Radjab & Andi, 2017).

Berikut merupakan item pertanyaan kuesioner yang digunakan untuk pengambilan serta pengumpulan data (**Tabel 3.1**)

Tabel 3.1. Item pertanyaan kuesioner

Profil Responden	Nomor
Nama (inisial diperbolehkan)	1
Jenis kelamin	2
Tingkat pendidikan	4
Pekerjaan	5
Apakah Anda seorang muslim?	6
Apakah Anda memiliki riwayat penyakit tertentu?	7
Apakah anggota keluarga yang tinggal serumah dengan Anda memiliki riwayat penyakit tertentu?	8

Pengalaman pembelian	Nomor
Sejak kapan Anda mulai mengonsumsi minuman kefir?	1
Apa alasan Anda membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1)	2
Untuk siapa Anda membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1)	3
Dalam sebulan, berapa jumlah rata- rata minuman kefir yang Anda beli?	4
Apa jenis minuman kefir yang sering Anda beli? (dapat memilih lebih dari 1)	5
Dimana Anda sering membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1)	6
Apa kemasan minuman kefir yang sering Anda beli?	7

Pengetahuan Kualitas Kefir	Item Pertanyaan	Nomor
Definisi	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan kefir?	1
Proses pembuatan	Menurut Anda, mikroorganisme apa yang menjadi starter pembuatan kefir?	2
	Menurut Anda, berapa lama proses pembuatan kefir?	3
	Menurut Anda, apakah kefir memiliki kandungan bakteri yang lebih kompleks dibandingkan dengan yogurt?	4
Kandungan dan bioavailabilitas nutrisi	Menurut Anda, apakah protein susu kefir lebih mudah dicerna daripada protein susu segar?	5
	Menurut Anda, apakah tekstur kental pada kefir menandakan tidak layak konsumsi?	6
	Menurut Anda, apakah rasa asam pada kefir menandakan tidak layak konsumsi?	7
	Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan?	8
Sifat fisik (sensoris)	Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat mengurangi risiko diare akibat minum susu (intoleransi laktosa)?	9
	Menurut Anda, apakah manfaat kefir hanya dapat diperoleh dari bakteri probiotiknya?	10
	Menurut Anda, apakah manfaat kefir dapat diperoleh dari bakteri probiotik dan metabolitnya?	11
Khasiat		
Sumber khasiat		

Pengetahuan Kehalalan Kefir	Item Pertanyaan	Nomor
Definisi Pangan Halal dan Haram	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan 'halal'?	1
	Menurut Anda, apakah label halal di Indonesia hanya boleh dikeluarkan oleh LPPOM MUI?	2

Pengetahuan Kehalalan Kefir	Item Pertanyaan	Nomor
Jenis Pangan Halal dan Haram	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan 'haram'?	3
	Apakah Anda mengetahui bangkai itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	4
	Apakah Anda mengetahui darah itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	5
	Apakah Anda mengetahui babi itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	6
Titik Kritis Kehalalan Kefir	Apakah Anda mengetahui khamar itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	7
	Apakah Anda mengetahui bahwa kefir adalah minuman fermentasi yang memiliki hasil metabolit berupa alkohol?	8
	Apakah Anda mengetahui bahwa kandungan alkohol dalam minuman fermentasi yang melebihi batas tertentu menurut aturan MUI dapat menjadi haram?	9
	Menurut Anda, berapa jumlah maksimum alkohol dalam minuman fermentasi yang ditetapkan oleh MUI?	10

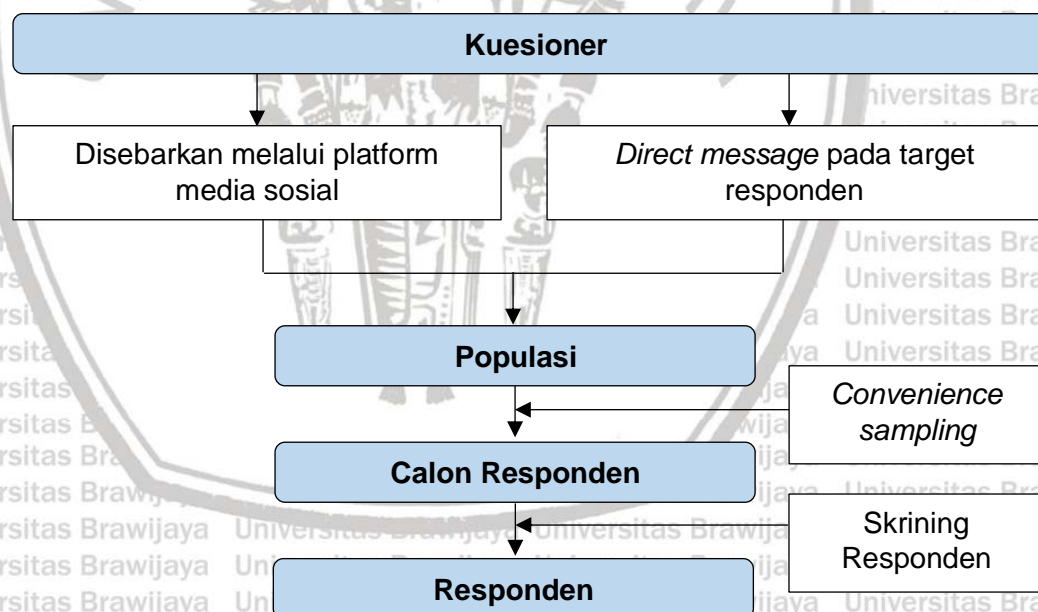
Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce	Item Pernyataan	Nomor
Sifat Fisik dan Sensoris	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki warna yang baik	1
	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki tekstur yang baik	2
	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki bau/aroma yang baik	3
	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki rasa yang baik	4
Khasiat Kesehatan	Saya merasa lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	5
	Saya merasa buang air besar lebih teratur setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	6
	Kefir yang saya beli dari e-commerce mengandung kontaminan	7
Kontaminasi	Saya merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	8
	Kefir yang saya beli tidak layak konsumsi	9
	Kefir yang saya beli memiliki kemasan yang sesuai untuk produk fermentasi	10
Kemasan	Kefir yang saya beli memiliki informasi label yang lengkap	11

Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce	Item Pernyataan	Nomor
Keyakinan	Saya yakin dengan kehalalan kefir yang saya beli	1
	Saya mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan kefir yang saya beli	2
Informasi		
Kekhawatiran	Saya memiliki kekhawatiran terhadap kehalalan kefir yang saya beli	3

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan dua jenis metode yaitu metode survei dan studi literatur, Metode survei digunakan untuk mengumpulkan informasi aktual secara detail, mengidentifikasi masalah dan kondisi yang terjadi saat ini, serta membuat perbandingan dan evaluasi (Radjab & Andi, 2017). Sedangkan metode studi literatur digunakan untuk melengkapi teori-teori yang berkaitan dengan kualitas dan kehalalan produk kefir.

Kuesioner disebarakan melalui pesan langsung (*direct message*) kepada konsumen kefir melalui instagram dan facebook. Selain itu, kuesioner juga disebarakan melalui produsen kefir dengan media pesan langsung, grup atau story di platform Whatsapp, sehingga konsumen kefir yang tidak menggunakan instagram atau facebook tetap dapat mengakses kuesioner. Target responden dapat memilih untuk mengisi kuesioner atau tidak sesuai dengan kenyamanan pribadi dalam memberikan informasi (*convenience sampling*). Diagram penentuan responden terdapat pada **Gambar 3.1**:



Gambar 3.1. Diagram Penentuan Responden

Responden yang bersedia mengisi masih melewati proses skrining responden terdiri dari 2 syarat. Pertama, responden pernah membeli kefir susu sapi atau kambing. Kedua, pembelian dilakukan melalui *marketplace*, facebook, instagram atau whatsapp. Dari 122 calon responden yang bersedia mengisi

kuesioner, sebanyak 9 calon responden tidak memenuhi syarat pertama dan 13 calon responden tidak memenuhi syarat kedua sehingga tersisa 100 calon responden yang kemudian diambil sebagai responden penelitian.

3.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Sebelum dianalisis, data yang diperoleh diterjemahkan menjadi skor angka yang dapat diolah. Pada penelitian ini analisis data menggunakan dua metode yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Data kuesioner yang diperoleh, dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menjabarkan karakteristik umum responden dan pengalaman pembelian responden yang disajikan dalam tabel berdasarkan frekuensi dan presentase jawaban responden. Sedangkan pengetahuan dan persepsi responden disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Analisis deskriptif pada kuesioner pengetahuan dan persepsi konsumen dilakukan secara kajian kualitatif dan kuantitatif. Kajian kualitatif dilakukan dengan mengkategorikan total skor responden menggunakan distribusi frekuensi dengan jumlah kelas sebanyak 3 dan penentuan interval kelas menggunakan Kaidah Sturges (*Sturges Rule*) dengan rumus sebagai berikut (Santosa & Muliawan, 2010): $CI = \frac{Range}{c}$, CI= Interval kelas, Range= Nilai Maksimum- Nilai Minimum, C= jumlah kelas (kategori). Sehingga, masing- masing variabel memiliki kategori dan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2. Penentuan skor kategori tiap variabel

Variabel	Kategori	Nilai Maks	Nilai Min	Range	Jumlah Kategori	Interval Kelas	Skor
Pengetahuan Kualitas Kefir	Rendah	11	0	11	3	4	0-4
	Sedang						5-8
	Tinggi						9-11
Pengetahuan Kehalalan Kefir	Rendah	9	0	9	3	3	0-3
	Sedang						4-6
	Tinggi						7-9
Persepsi Kualitas Kefir	Buruk	55	11	44	3	15	11-25
	Cukup Baik						26-40

Variabel	Kategori	Nilai Maks	Nilai Min	Range	Jumlah Kategori	Interval Kelas	Skor
yang Dibeli Melalui E-commerce	Baik						41-55
Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce	Buruk	15	3	12	3	4	3-6
	Cukup Baik						7-10
	Baik						11-15

Sedangkan kajian kuantitatif dilakukan dengan membandingkan tingkat pengetahuan responden berdasarkan karakteristiknya seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, riwayat penyakit, waktu konsumsi, dan agama. Pada kajian kuantitatif, uji *chi-square* digunakan untuk menentukan hubungan tingkat pengetahuan dan karakteristik responden, jika *p-value* < 0,05 maka hubungan dinyatakan signifikan (Pradito, et al., 2020). Selain itu dilakukan pula analisis tiap item pertanyaan untuk mengetahui lebih dalam pertanyaan atau pernyataan mana yang memiliki skor tertinggi dan terendah.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan antara lain uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Analisis kuantitatif menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

1. Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Suatu item pertanyaan dikatakan valid apabila item tersebut dapat memberikan hasil yang tepat sesuai tujuan penelitian. Metode yang digunakan pada uji validitas ini adalah *Pearson moment product correlation* yaitu mengorelasikan antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor nilai total responden sehingga sering juga disebut sebagai *item-total correlation*. (Arifin, et al., 2017). Syarat kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ untuk $n=100$ dan $\alpha=0,05$ (**Lampiran 6**). Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, terdapat 1 item yang tidak valid yaitu item nomor 6 pada bagian pengetahuan kehalalan kefir, hal ini dikarenakan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga item tersebut tidak digunakan dalam olah data hasil penelitian. Sedangkan 21 item pertanyaan lainnya dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Pada bagian persepsi terdapat 14 item pernyataan dan keseluruhan item dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji keterandalan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengulangan dua kali atau lebih pada subyek dan kondisi yang sama. Pada penelitian ini, reliabilitas instrumen dihitung dengan mengukur konsistensi internal menggunakan *Reliability Analysis Scale Alpha (Cronbach Alpha)*. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ untuk $n=100$ dan $\alpha=0,05$ (**Lampiran 6**). Semakin besar nilai alpha, maka bulir yang diujikan lebih reliabel dan konsisten (Arifin, et al., 2017). Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, seluruh kuesioner dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil uji validitas dan reliabilitas secara lengkap ditunjukkan pada **Lampiran 4**. Data hasil uji validitas dan reliabilitas dipertimbangkan untuk dapat menilai efektivitas setiap parameter kuesioner dalam menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Uji validitas dan reliabilitas sebaiknya diujicobakan terlebih dahulu terhadap sekelompok responden uji coba sebelum kuesioner disebarkan. Hal ini dilakukan agar bulir soal yang disebarkan sudah valid dan reliabel serta apabila terdapat bulir soal yang tidak valid atau reliabel dapat diganti dengan pertanyaan lain yang dapat menilai variabel (Muljono, 2002). Namun pada penelitian ini, proses pengumpulan responden uji coba memerlukan waktu yang lama sehingga uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap seluruh sampel setelah data terkumpul ($n=100$) dengan risiko jika terdapat item pertanyaan yang tidak valid pada semua indikator maka proses pengumpulan data harus diulang.

2. Uji asumsi klasik

- Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah data yang ada terdistribusi normal sehingga dapat dianggap mewakili suatu populasi. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal dapat dilakukan dengan melihat grafik *Normal Probability Plot* (p-p plot) yang membandingkan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data memenuhi model asumsi normalitas. Namun, jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Wijaya, 2017).

- Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varian dari residual

untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *Scatterplot* didasarkan pada pola tertentu, jika terbentuk pola tertentu seperti titik- titik yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka dapat diambil kesimpulan bahwa terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak terbentuk pola yang tidak jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Denziana, et al., 2014)

- Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terdapat hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik sebaiknya terbebas dari korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Denziana, et al., 2014).

3. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji faktor- faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen. Analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila terdapat kenaikan atau penurunan nilai variabel independen. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut (Arifin, et al., 2017):

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

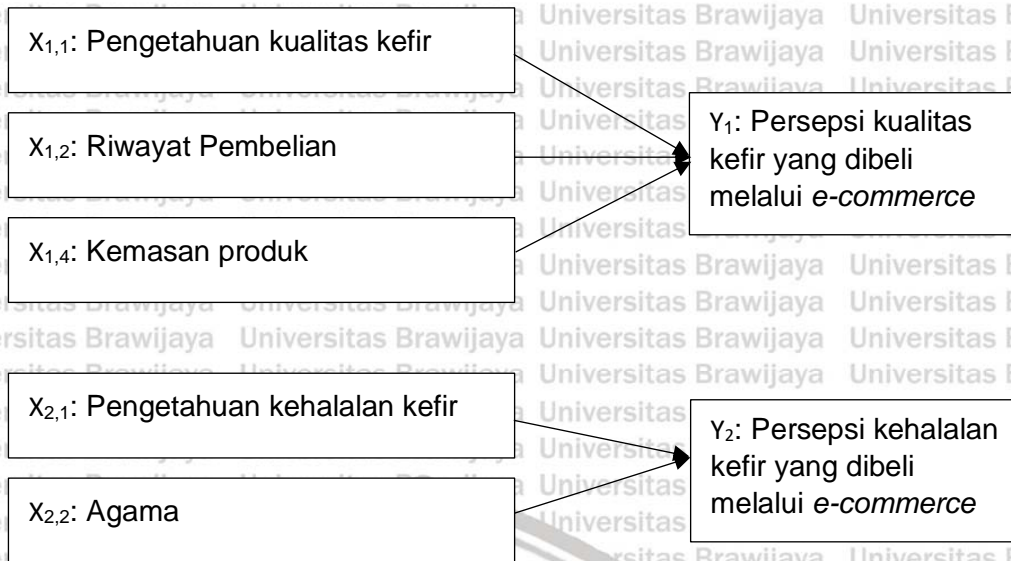
Keterangan:

Y' = variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = variabel independen

a = konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)



Gambar 3.2. Diagram Hubungan Variabel Independen dan Variabel Dependen

Hasil analisis regresi linear berganda dianalisis menggunakan tiga tabel utama yaitu tabel ANOVA, *Model Summary*, dan *Coefficients*. Pada tabel ANOVA, nilai yang dianalisis adalah nilai F (uji simultan) yang digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan nilai signifikansi yang menilai apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Pada tabel *Model Summary*, nilai yang dianalisis adalah nilai *Adjusted R Square* yang menunjukkan persentase sumbangan variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen secara simultan. Pada tabel *Coefficients*, nilai yang dianalisis adalah nilai konstanta dan koefisien variabel independen serta nilai signifikansi untuk membentuk persamaan dan menilai besaran pengaruh secara parsial (Kurniawan & Idris, 2015)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Umum Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang, sebagian besar merupakan perempuan yaitu sebanyak 76 (76%) responden sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 24 (24%) responden. Hasil sesuai dengan penelitian-penelitian terdahulu bahwa konsumen pangan fungsional didominasi oleh perempuan karena perempuan merupakan pengambil keputusan utama dalam pembelian rumah tangga, perempuan juga memiliki kepedulian kesehatan yang tinggi serta lebih mengetahui tentang nutrisi dibandingkan laki-laki sehingga presentase pembelian pangan yang berhubungan dengan kesehatan tinggi (Yilmaz-Ersan, et al., 2020).

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebesar 21 (21%) responden berada atau tamat SMA, 11 (11%) responden berada atau tamat Diploma, 55 (55%) responden berada atau tamat Sarjana, dan 13 (13%) responden berada atau tamat Pasca-sarjana. Persebaran ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

Pengetahuan dan kepedulian terhadap kehalalan produk sangat erat kaitannya dengan kepercayaan agama Islam, sehingga pada penelitian kali ini responden dibagi menjadi 2 kepercayaan beragama yaitu muslim dan non-muslim. Berdasarkan data yang diperoleh sebanyak 75 (75%) responden merupakan muslim dan 25 (25%) merupakan non-muslim.

Karakteristik yang juga berkaitan dengan pembelian kefir sebagai produk kesehatan adalah adanya riwayat penyakit responden atau keluarga responden. Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa proporsi responden yang tidak memiliki riwayat penyakit dan responden yang memiliki riwayat penyakit hampir seimbang. Dimana sebanyak 55 (55%) responden yang tidak memiliki riwayat penyakit dan sisanya sebanyak 26 (26%) responden memiliki riwayat sakit GERD/Maag, 8 (8%) responden memiliki gangguan pencernaan, 3 (3%) responden memiliki riwayat sakit hipertensi dan 8 (8%) responden lainnya memiliki riwayat penyakit lain seperti paru-paru, autoimun, thalasemia, thyroid, asma, kista, eksim dan jantung. Hasil ini menyatakan bahwa secara umum kefir dianggap dapat mencegah dan menyembuhkan penyakit tertentu, dan atau bermanfaat bagi

kesehatan secara umum sehingga konsumen yang memiliki riwayat penyakit atau tidak memiliki tersebar dalam proporsi yang seimbang (Emire & Worku, 2011).

Selain untuk konsumsi pribadi, kefir sering dikonsumsi bersama dengan keluarga. Oleh karena itu, riwayat penyakit anggota keluarga responden juga menjadi pertimbangan. Anggota keluarga yang dimaksud merupakan anggota keluarga yang tinggal serumah dengan responden sehingga lebih besar kemungkinan dalam pembelian untuk konsumsi bersama. Persebaran riwayat penyakit anggota keluarga responden memiliki pola yang sama dengan riwayat penyakit responden. Dapat dilihat pada **Tabel 4.1**, anggota keluarga 46 (46%) responden tidak memiliki riwayat penyakit dan sisanya memiliki riwayat penyakit dengan rincian diabetes sebanyak 10 orang (10%), GERD/Maag sebanyak 10 orang (10%), gangguan pencernaan sebanyak 11 orang (11%), hipertensi sebanyak 14 orang (14%), dan 9 orang (9%) lainnya memiliki riwayat penyakit asma, *dismenorrhea*, *hypothyroid*, kanker, jantung, miom serta radang paru- paru.

Tabel 4.1. Persebaran karakteristik responden

Karakteristik Responden		Frekuensi (n)	Persentase (%)
n		100	
Jenis Kelamin	Perempuan	76	76
	Laki- laki	24	24
Tingkat Pendidikan	SMA	21	21
	Diploma	11	11
	Sarjana	55	55
	Pasca- Sarjana	13	13
Agama	Muslim	75	75
	Non- muslim	25	25
Riwayat Penyakit Responden	Tidak ada	55	55
	GERD/Maag	26	26
	Gangguan pencernaan	8	8
	Hipertensi	3	3
	Lainnya	8	8
Riwayat Penyakit Anggota Keluarga Responden	Tidak Ada	46	46
	Diabetes	10	10
	GERD/Maag	10	10
	Gangguan pencernaan	11	11
	Hipertensi	14	14
	Lainnya	9	9

4.2 Pengalaman Pembelian Responden

Dilihat dari waktu pertama kali mengonsumsi kefir, sebagian besar responden telah mengonsumsi kefir sebelum 2019 yaitu sebanyak 57 orang (57%). Sedangkan 14 orang (14%) menyatakan telah mengonsumsi kefir sejak 2 tahun yang lalu, 20 orang (20%) mengonsumsi kefir sejak 1 tahun yang lalu, dan 9 orang (9%) baru mengonsumsi kefir di tahun ini.

Banyaknya jumlah pembelian per bulan menunjukkan seberapa sering konsumen membeli kefir. Jika responden menjawab <1 botol, artinya dalam sebulan belum tentu membeli kefir. Semakin sering responden membeli atau mengonsumsi kefir, maka diasumsikan bahwa responden sudah mengenal rasa dan karakteristik susu kefir secara umum. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 21 orang (21%) belum tentu membeli kefir dalam sebulan, 33 orang (33%) membeli 1-2 botol dalam sebulan, 25 orang (25%) membeli 3-4 botol dalam sebulan, 7 orang (7%) membeli 5 botol dalam sebulan, dan 14 orang (14%) membeli >5 botol dalam sebulan. Sebagian besar responden membeli 1-2 botol perbulan, kemudian diikuti oleh pembelian 3-4 botol perbulan, dan pembelian <1 botol per bulan atau tidak rutin membeli setiap bulan.

Berdasarkan alasan pembelian kefir, mayoritas dari responden menyatakan alasan pembelian adalah karena mereka mengetahui khasiat kefir yaitu sebanyak 71 (43%), alasan penasaran ingin mencoba sebanyak 39 orang (23%), alasan direkomendasikan oleh teman sebanyak 32 orang (19%) dan alasan menyukai rasanya sebanyak 22 orang (13%). Sedangkan 3 orang lainnya (2%) menyatakan alasan pembelian karena ingin mengobati GERD, berawal dari masker kefir, dan ingin membuktikan khasiatnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kefir dikenal sebagai minuman yang memiliki khasiat kesehatan dan konsumen berespektasi merasakan khasiat kefir setelah mengonsumsinya.

Berdasarkan tujuan pembelian, sebagian besar responden membeli kefir untuk diri sendiri yaitu sebanyak 86 orang (65%) dan tidak sedikit pula yang membeli untuk keluarga yaitu sebanyak 46 orang (35%). Selain untuk diri sendiri dan keluarga, terdapat 1 responden (1%) yang melakukan pembelian untuk karyawan tempat usaha.

Responden melakukan pembelian melalui berbagai *platform e-commerce*. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, sebagian besar responden melakukan transaksi melalui Facebook yaitu sebanyak 48 orang (39%), selanjutnya diposisi terbanyak kedua adalah pembelian melalui Whatsapp yaitu sebanyak 35 orang

(29%), disposisi ketiga adalah order melalui Instagram yaitu sebanyak 27 orang (22%) dan yang terakhir merupakan pembelian melalui *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Lazada, dll) sebanyak 12 orang (10%).

Tabel 4.2. Persebaran pengalaman pembelian

Pengalaman Pembelian		Frekuensi (n)	Persentase (%)
Lama Waktu Konsumsi	≥3 tahun	57	57
	2 tahun	14	14
	1 tahun	20	20
	< 1 tahun	9	9
Jumlah Pembelian Perbulan	<1 botol	21	21
	1-2 botol	33	33
	3-4 botol	25	25
	5 botol	7	7
	>5 botol	14	14
Alasan Pembelian*	Mengetahui khasiat kefir	71	43
	Penasaran ingin mencoba	39	23
	Direkomendasikan oleh teman	32	19
	Menyukai rasanya	22	13
	Lainnya	3	2
Tujuan Pembelian*	Diri sendiri	86	65
	Keluarga	46	35
	Lainnya	1	1
Platform Pembelian*	Whatsapp	35	29
	Marketplace	12	10
	Instagram	27	22
	Facebook	48	39

*frekuensi tidak berjumlah 100 karena responden diperbolehkan menjawab lebih dari 1 jawaban

Berdasarkan varian kefir yang sering dikonsumsi, sebagian besar responden mengonsumsi kefir susu sapi original yaitu sebanyak 60 orang (44%), kemudian terbanyak kedua adalah kefir susu kambing original yaitu sebanyak 35 orang (26%), dan diikuti oleh kefir susu sapi dengan varian rasa sebanyak 27 orang (20%) dan kefir susu kambing dengan varian rasa sebanyak 11 orang (8%). Selain varian original dan dengan penambahan rasa, terdapat 2 responden yang menjawab *smoothie* kefir dan es krim kefir.

Berdasarkan material kemasan produk, sebagian responden membeli produk yang dikemas dengan botol plastik PET (65%), kemudian beberapa responden juga membeli produk yang dikemas dengan botol plastik HDPE (27%) dan hanya sedikit responden yang membeli produk kefir dengan kemasan kaca

(10%). Hasil ini sesuai dengan keadaan lapangan, dimana sebagian besar susu kefir dikemas dengan botol plastik PET karena lebih mudah didapatkan, murah, ringan, dan tahan goncangan sehingga aman jika harus dikirim menggunakan ekspedisi. Sedangkan ukuran yang paling banyak dibeli adalah 1000 ml (40%), kemudian 250 ml (35%), 500 ml (22%), dan hanya 3% responden yang membeli kefir dengan ukuran 750 ml. Hal ini juga sesuai dengan keadaan di lapangan dimana produsen umumnya menjual susu kefir dengan kemasan besar (1000 ml) untuk varian original atau kemasan 250 ml untuk varian rasa.

Tabel 4.3. Distribusi atribut minuman kefir yang dikonsumsi

Atribut Minuman Kefir		Frekuensi (n)	Persentase (%)
Varian*	Kefir susu sapi original	60	44
	Kefir susu kambing original	35	26
	Kefir susu sapi dengan varian rasa	27	20
	Kefir susu kambing dengan varian rasa	11	8
	Lainnya	2	2
Jenis Kemasan	Plastik botol PET (transparan)	63	63
	Plastik botol HDPE (tidak transparan)	27	27
	Botol kaca	10	10
Ukuran*	250 ml	39	35
	500 ml	24	22
	750 ml	3	3
	1000 ml	44	40

*frekuensi tidak berjumlah 100 karena responden diperbolehkan menjawab lebih dari 1 jawaban

4.3 Deskripsi Data Penelitian

Data hasil penelitian terdiri dari 4 bagian kuesioner yaitu pengetahuan kualitas kefir, pengetahuan kehalalan kefir, persepsi konsumen kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* dan persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce*. Deskripsi data dilihat dari nilai maksimum dan minimum yang diperoleh, distribusi tingkat kategori, uji asosiasi *chi-square*, dan rata-rata jawaban tiap item pertanyaan. Pengolahan data dilakukan menggunakan program **IBM SPSS Statistics 20 for Windows**.

4.3.1 Tingkat Pengetahuan Kualitas Kefir

Tingkat pengetahuan kualitas kefir menunjukkan tinggi rendahnya pengetahuan responden terhadap kualitas kefir yang diukur menggunakan 11 item pertanyaan yang terdiri dari pengetahuan definisi, proses pembuatan, kandungan

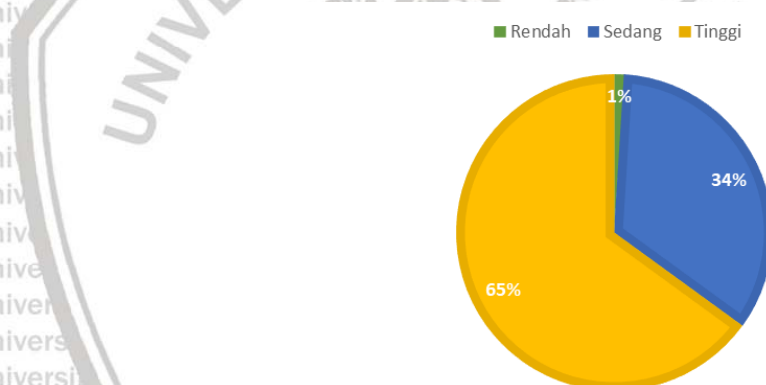
mikroorganisme dan bioavailabilitas nutrisi, sifat fisik dan sensoris, khasiat, dan sumber khasiat kefir. Setiap jawaban benar bernilai 1 dan jawaban salah bernilai 0, sehingga nilai maksimum adalah 11 dan nilai minimum adalah 0.

Berdasarkan data yang diperoleh, nilai tertinggi yang diperoleh responden adalah 11 dan nilai terendah adalah 4. **Tabel 4.4** dan **Gambar 4.1** menunjukkan persebaran tingkat pengetahuan kualitas kefir berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan responden terhadap kualitas kefir berada pada kategori tinggi (65%).

Tabel 4.4. Persebaran tingkat pengetahuan kualitas kefir

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	0-4	Rendah	1	1
2.	5-8	Sedang	34	34
3.	9-11	Tinggi	65	65
	Total		100	100

Tabel tersebut jika digambarkan dalam diagram *pie chart* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1. Diagram *Pie Chart* Tingkat Pengetahuan Kualitas Kefir

Hasil distribusi tingkat pengetahuan kualitas berdasarkan karakteristik responden ditunjukkan pada **Tabel 4.5**. Berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat bahwa presentase perempuan cenderung memiliki tingkat pengetahuan tinggi (70%) lebih banyak dibandingkan laki laki (50%). Akan tetapi, pada penelitian ini uji asosiasi menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dan pengetahuan kualitas kefir yang dibuktikan dengan $p\text{-value} > 0,05$ (**Lampiran 7**).

Tabel 4.5. Persebaran tingkat pengetahuan kualitas berdasarkan karakteristik responden

Karakteristik Responden	Rendah		Sedang		Tinggi		Total (n)	p-value**
	(n)	(%)*	(n)	(%)*	(n)	(%)*		
Total Responden	1	1	34	34	65	65	100	
Jenis Kelamin								
Perempuan	1	1	22	29	53	70	76	0,151
Laki- laki	0	8	12	50	12	50	24	
Tingkat Pendidikan								
SMA	0	0	9	43	12	57	21	
Diploma	0	0	4	36	7	64	11	0,905
Sarjana	1	2	16	29	38	69	55	
Pasca- Sarjana	0	0	5	39	8	61	13	
Riwayat Penyakit								
Ada	1	2	12	27	32	71	45	0,225
Tidak Ada	0	0	22	40	33	60	55	
Lama Konsumsi								
≥3 tahun	0	0	19	33	38	67	57	
2 tahun	0	0	6	43	8	57	14	0,020
1 tahun	0	0	4	20	16	80	20	
< 1 tahun	1	11	5	56	3	33	9	

*presentase per total karakteristik responden; ***chi-square*, signifikan pada $p < 0,05$ (two- tailed)

Berdasarkan tingkat pendidikannya, responden dengan tingkat pendidikan sarjana cenderung memiliki pengetahuan lebih tinggi (69%) dibandingkan tingkat pendidikan lainnya, namun tidak terdapat perbedaan yang mencolok antar tiap jenjang pendidikan. Pada hasil uji *chi-square* juga menunjukkan bahwa hubungan antara tingkat pendidikan dan pengetahuan kualitas tidak signifikan ($p\text{-value} > 0,05$).

Berdasarkan riwayat penyakit responden diperoleh hasil bahwa responden dengan riwayat penyakit cenderung memiliki pengetahuan kualitas yang lebih tinggi (71%) dibandingkan responden yang tidak memiliki riwayat penyakit (60%), namun perbedaan ini tidak terlalu jauh. Hasil uji asosiasi juga menunjukkan bahwa hubungan riwayat penyakit responden dan pengetahuan kualitas tidak signifikan ($p\text{-value} > 0,05$).

Berdasarkan lama konsumsi, responden dengan waktu konsumsi 1 tahun memiliki pengetahuan kualitas dengan presentase kategori tinggi terbanyak (80%). Hasil uji asosiasi antara lama waktu konsumsi dan tingkat pengetahuan kualitas kefir menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara lama waktu konsumsi dengan pengetahuan kualitas kefir ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini dikarenakan responden dengan lama konsumsi 1 tahun memiliki cukup informasi mengenai kefir

dan masih tersimpan jelas dibandingkan responden yang mengonsumsi kefir ≥ 3 tahun (67%) dan 2 tahun (57%). Sedangkan responden yang mengonsumsi < 1 tahun (33%) diasumsikan belum memiliki cukup informasi mengenai kefir karena baru mengenal dalam jangka waktu singkat.

Skor rata-rata tingkat pengetahuan kualitas kefir untuk setiap jenis pertanyaan disajikan pada **Tabel 4.6**. Item pertanyaan yang paling banyak dijawab dengan benar adalah pengetahuan mengenai khasiat kefir yaitu “apakah mengonsumsi kefir dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan?” (0,98). Hal ini dikarenakan informasi utama terkait minuman kefir sebagai minuman probiotik adalah khasiatnya yang dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan.

Tabel 4.6. Skor rata-rata tingkat pengetahuan kualitas kefir

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		Skor Rata-rata
		Benar	Salah	
1.	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan kefir?	89	11	0,89
2.	Menurut Anda, mikroorganisme apa yang menjadi starter pembuatan kefir?	62	38	0,62
3.	Menurut Anda, berapa lama proses pembuatan kefir?	64	36	0,64
4.	Menurut Anda, apakah kefir memiliki kandungan bakteri yang lebih kompleks dibandingkan dengan yogurt?	92	8	0,92
5.	Menurut Anda, apakah protein susu kefir lebih mudah dicerna daripada protein susu segar?	93	7	0,93
6.	Menurut Anda, apakah tekstur kental pada kefir menandakan tidak layak konsumsi?	90	10	0,90
7.	Menurut Anda, apakah rasa asam pada kefir menandakan tidak layak konsumsi?	96	4	0,96
8.	Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan?	98	2	0,98
9.	Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat mengurangi risiko diare akibat minum susu (intoleransi laktosa)?	83	17	0,83
10.	Menurut Anda, apakah manfaat kefir hanya dapat diperoleh dari bakteri probiotiknya?	53	47	0,53
11.	Menurut Anda, apakah manfaat kefir dapat diperoleh dari bakteri probiotik dan metabolitnya?	90	10	0,90

Sedangkan item pertanyaan yang paling sedikit dijawab dengan benar adalah pengetahuan mengenai sumber khasiat kefir yaitu “apakah manfaat kefir hanya dapat diperoleh dari bakteri probiotiknya?” (0,53), beberapa konsumen menjawab “Ya” yang berarti bahwa khasiat atau manfaat kefir hanya dapat

diperoleh dari bakteri probiotiknya sedangkan jawaban yang benar adalah “Tidak” karena manfaat kefir dapat diperoleh dari bakteri probiotik dan metabolitnya (Bengoa, et al., 2018). Skor penilaian untuk setiap pertanyaan dapat dilihat pada **Lampiran 2.**

4.3.2 Tingkat Pengetahuan Kehalalan Kefir

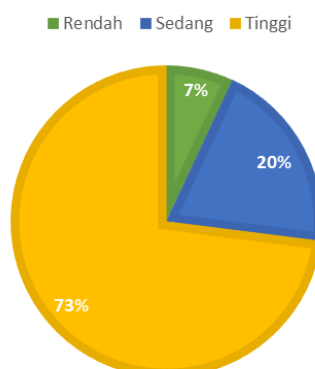
Tingkat pengetahuan kehalalan kefir menunjukkan tinggi rendahnya pengetahuan konsumen terhadap kehalalan kefir yang diukur dengan 9 item pertanyaan yang terdiri dari pengetahuan definisi pangan halal dan haram, jenis pangan halal dan haram, dan pengetahuan titik kritis kehalalan kefir. Setiap jawaban benar bernilai 1 dan jawaban salah bernilai 0, sehingga nilai maksimum adalah 9 dan nilai minimum adalah 0.

Berdasarkan data yang diperoleh, skor tertinggi sebesar 9 dan skor terendah adalah 1. **Tabel 4.7** dan **Gambar 4.2** Menunjukkan persebaran tingkat pengetahuan kehalalan kefir berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan responden terhadap kehalalan kefir berada pada kategori tinggi (73%).

Tabel 4.7. Persebaran tingkat pengetahuan kehalalan kefir

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	0-3	Rendah	7	7
2.	4-6	Sedang	20	20
3.	7-9	Tinggi	73	73
Total			100	100

Tabel tersebut jika digambarkan dalam diagram *pie chart* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2. Diagram *Pie Chart* Tingkat Pengetahuan Kehalalan Kefir

Hasil persebaran tingkat pengetahuan kehalalan kefir berdasarkan karakteristik responden dapat dilihat pada **Tabel 4.8**. Berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat bahwa responden perempuan dan laki laki memiliki presentase pengetahuan kehalalan yang hamper seimbang yaitu sebesar 74% dan 71%.

Hasil uji asosiasi juga menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dan pengetahuan kehalalan kefir ($p\text{-value} > 0,05$) (**Lampiran 7**).

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, juga tidak terjadi perbedaan mencolok antar jenjang pendidikan. Pada hasil uji asosiasi juga menunjukkan hubungan yang tidak signifikan ($p\text{-value} > 0,05$).

Berdasarkan riwayat penyakit responden, diperoleh hasil bahwa responden dengan riwayat penyakit cenderung memiliki presentase pengetahuan kehalalan kefir yang lebih tinggi (80%) dibandingkan responden yang tidak memiliki riwayat penyakit (67%), namun hasil uji asosiasi menunjukkan bahwa hubungan riwayat penyakit responden dan pengetahuan kehalalan tidak signifikan ($p\text{-value} > 0,05$).

Tabel 4.8. Persebaran tingkat pengetahuan kehalalan berdasarkan karakteristik responden

Karakteristik Responden	Rendah		Sedang		Tinggi		Total (n)	$p\text{-value}^{**}$
	(n)	(%)*	(n)	(%)*	(n)	(%)*		
Total Responden	7	7	20	20	73	73	100	
Jenis Kelamin								
Perempuan	6	8	14	18	56	74	76	0,678
Laki- laki	1	4	6	25	17	71	24	
Tingkat Pendidikan								
SMA	0	0	6	29	15	71	21	0,538
Diploma	0	0	3	27	8	73	11	
Sarjana	6	11	9	16	40	73	55	
Pasca-Sarjana	1	8	2	15	10	77	13	
Riwayat Penyakit								
Ada	2	4	7	16	36	80	45	0,346
Tidak Ada	5	9	13	24	37	67	55	
Agama								
Muslim	0	0	10	13	65	87	75	0,000
Non-Muslim	7	28	10	40	8	32	25	

*presentase per total karakteristik responden; ** χ^2 -square, signifikan pada $p < 0,05$ (two- tailed)

Berdasarkan agama responden terdapat perbedaan cukup jauh antar responden muslim dan non-muslim. Responden muslim yang memiliki pengetahuan kehalalan tinggi berjumlah 87%, sedangkan responden non-muslim yang memiliki pengetahuan kehalalan tinggi berjumlah 32%. Hasil uji asosiasi

antara agama dan tingkat pengetahuan kehalalan kefir juga menunjukkan hubungan yang signifikan ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan kehalalan dan agama, dimana kehalalan sangat erat kaitannya dengan agama (Islam), sehingga responden muslim sangat mungkin memiliki pengetahuan yang lebih dibandingkan responden non-muslim.

Skor rata-rata tingkat pengetahuan kehalalan kefir untuk setiap jenis pertanyaan disajikan pada **Tabel 4.9** Item pertanyaan yang paling banyak dijawab dengan benar adalah pengetahuan mengenai pangan halal dan haram yaitu “apakah Anda mengetahui, darah itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim.” (0,93). Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara mayoritas muslim, dimana prinsip dasar pangan halal dan haram telah umum diketahui baik oleh responden muslim ataupun non-muslim.

Tabel 4.9. Skor rata-rata tingkat pengetahuan kehalalan kefir

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		Skor Rata-Rata
		Benar	Salah	
1.	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan ‘halal’?	53	47	0,53
2.	Menurut Anda, apakah label halal di Indonesia hanya boleh dikeluarkan oleh LPPOM MUI?	82	18	0,82
3.	Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan ‘haram’?	85	15	0,85
4.	Apakah Anda mengetahui bangkai itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	91	9	0,91
5.	Apakah Anda mengetahui darah itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	93	7	0,93
6.	Apakah Anda mengetahui khamar itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	82	18	0,82
7.	Apakah Anda mengetahui bahwa kefir adalah minuman fermentasi yang memiliki hasil metabolit berupa alkohol?	68	32	0,68
8.	Apakah Anda mengetahui bahwa kandungan alkohol dalam minuman fermentasi yang melebihi batas tertentu menurut aturan MUI dapat menjadi haram?	72	28	0,71
9.	Menurut Anda, berapa jumlah maksimum alkohol dalam minuman fermentasi yang ditetapkan oleh MUI?	66	34	0,66

Sedangkan item pertanyaan yang paling sedikit dijawab dengan benar adalah pengetahuan mengenai definisi pangan halal yaitu “Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan ‘halal’?” (0,53). Sebanyak 53 responden menjawab benar dengan jawaban “Pangan halal adalah sesuatu yang

diperbolehkan secara Syari'at dan jika dikonsumsi tidak mengakibatkan dosa", sedangkan 45 responden menjawab "Pangan halal adalah sesuatu yang diketahui secara jelas bahan bakunya secara Syari'at" dan 2 responden menjawab "Pangan halal adalah pangan yang diketahui secara Syari'at siapa produsennya." Hasil ini menunjukkan bahwa responden masih mendefinisikan halal hanya berdasarkan bahan baku dan produsennya, sedangkan halal merupakan sesuatu yang kompleks dan tidak hanya terbatas pada bahan baku dan produsen. Skor penilaian untuk setiap pertanyaan dapat dilihat pada **Lampiran 2**.

4.3.3 Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*

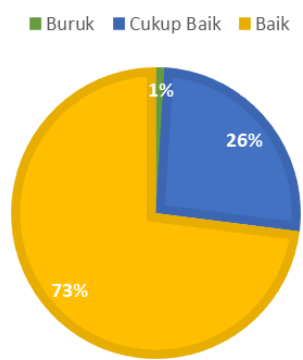
Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* diukur dengan 11 item pernyataan yang terdiri dari persepsi terhadap sifat fisik dan sensoris, khasiat kesehatan, kontaminasi, serta kemasan (*packaging*). Jawaban tidak ada yang benar atau salah. Pernyataan positif "Sangat Setuju" bernilai 5, "Setuju" bernilai 4, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 2, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 1. Sedangkan untuk pernyataan negatif jika menjawab "Sangat Setuju" bernilai 1, "Setuju" bernilai 2, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 4, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 5. Sehingga skor maksimum adalah 55 dan skor minimum adalah 11, skor penilaian dapat dilihat pada **Lampiran 2**.

Berdasarkan data yang diperoleh, responden dengan skor tertinggi adalah 55 dan skor terendah adalah 18 dengan persebaran kategori sebagai berikut:

Tabel 4.10. Persebaran tingkat persepsi kualitas kefir

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	11-25	Buruk	1	1
2.	26-40	Cukup Baik	26	26
3.	41-55	Baik	73	73
Total			100	100

Tabel tersebut jika digambarkan dalam diagram *pie chart* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3. Diagram Pie Chart Tingkat Persepsi Kualitas Kefir

Berdasarkan **Tabel 4.10** dan **Gambar 4.3**, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi baik yaitu sebanyak 73 orang (73%), sedangkan sisanya memiliki persepsi cukup baik yaitu sebanyak 26 orang (26%) dan 1 orang (1%) memiliki persepsi buruk.

Skor rata- rata tingkat persepsi kualitas kefir untuk setiap jenis pertanyaan disajikan pada **Tabel 4.11**. Item pernyataan yang memiliki skor persepsi terbaik adalah persepsi terhadap keamanan kefir dengan skor rata- rata 3,42. Pernyataan yang diajukan adalah “Saya merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari *e-commerce*” dan sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju (45 responden) dan tidak setuju (44 responden) yang artinya responden tidak merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.

Tabel 4.11. Skor rata- rata tingkat persepsi kualitas kefir

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Skor Rata- Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i> memiliki warna yang baik	4	2	17	53	24	3,95
2.	Kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i> memiliki tekstur yang baik	4	3	15	55	23	3,94
3.	Kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i> memiliki bau/aroma yang baik	4	5	17	52	22	3,87
4.	Kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i> memiliki rasa yang baik	5	5	17	52	21	3,83
5.	Saya merasa lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i>	3	3	35	41	18	3,72
6.	Saya merasa buang air besar lebih teratur setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i>	3	3	25	44	25	3,89
7.	Kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i> mengandung kontaminan	22	56	20	1	1	4,01

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Skor Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
8.	Saya merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari <i>e-commerce</i>	45	44	8	0	3	4,32
9.	Kefir yang saya beli tidak layak konsumsi	42	48	7	0	3	4,30
10.	Kefir yang saya beli memiliki kemasan yang sesuai untuk produk fermentasi	1	2	14	42	41	4,20
11.	Kefir yang saya beli memiliki informasi label yang lengkap	4	7	29	31	29	3,74

Sedangkan item pernyataan dengan persepsi paling rendah adalah perasaan lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang dibeli melalui *e-commerce* dengan skor rata-rata sebesar 3,72. Pernyataan yang diajukan adalah "Saya merasa lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang Saya beli dari *e-commerce*.". Sebanyak 41 responden menjawab setuju, namun 35 responden menjawab netral, yang mana artinya responden kurang merasakan khasiat kesehatan setelah mengonsumsi kefir. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh ekspektasi responden yang ditunjukkan pada **Tabel 4.2**, dimana sebagian besar responden membeli kefir dengan alasan mengetahui dan ingin membuktikan khasiat kefir.

4.3.4 Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*

Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* diukur dengan 3 item pernyataan yang terdiri dari keyakinan kehalalan kefir, informasi kehalalan kefir dan kekhawatiran terhadap kehalalan kefir. Jawaban tidak ada yang benar atau salah. Pernyataan positif "Sangat Setuju" bernilai 5, "Setuju" bernilai 4, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 2, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 1. Sedangkan untuk pernyataan negatif jika menjawab "Sangat Setuju" bernilai 1, "Setuju" bernilai 2, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 4, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 5. Sehingga nilai maksimum adalah 15 dan nilai minimum adalah 3. Skor penilaian dapat dilihat pada **Lampiran 2**.

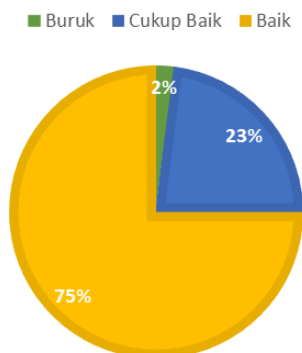
Berdasarkan data yang diperoleh, responden dengan nilai tertinggi adalah 15 dan nilai terendah adalah 3 dengan persebaran kategori sebagai berikut:

Tabel 4.12. Persebaran tingkat persepsi kehalalan kefir

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	3-6	Buruk	2	2
2.	7-10	Cukup Baik	23	23

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
3.	11-15	Baik	75	75
	Total		100	100

Tabel tersebut jika digambarkan dalam diagram *pie chart* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4. Diagram *Pie Chart* Tingkat Persepsi Kehalalan Kefir

Jika dilihat dari **Tabel 4.12** dan **Gambar 4.4** maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar persepsi konsumen terhadap kehalalan kefir baik (75%), sedangkan lainnya memiliki persepsi cukup baik (23%) dan persepsi buruk (2%).

Skor rata-rata tingkat persepsi kehalalan kefir untuk setiap jenis pertanyaan disajikan pada **Tabel 4.13**. Item pernyataan yang memiliki skor persepsi terbaik adalah keyakinan kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* (4,38). Alasan responden yakin dengan kefir yang dibeli antara lain karena kefir tidak mengandung bahan yang diharamkan (55%), kefir mengandung alkohol dibawah 0,5% (28%), tidak mengetahui alasan (10%), alkohol dalam kefir tidak memiliki efek memabukkan (6%), dan mengenal produsennya (2%). Alasan responden dapat dilihat pada **Tabel 4.14**.

Tabel 4.13. Skor rata-rata tingkat persepsi kehalalan kefir

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Skor Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Saya yakin dengan kehalalan kefir yang saya beli	1	1	15	25	58	4,38
2.	Saya mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan kefir yang saya beli	4	6	28	17	45	3,93
3.	Saya memiliki kekhawatiran terhadap kehalalan kefir yang saya beli	39	31	23	5	2	4,00

Item pernyataan dengan persepsi paling rendah adalah kurangnya informasi terkait kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* (3,93) (**Tabel**

4.13). Sebanyak 22% responden menyatakan tidak mendapatkan informasi mengenai kehalalan kefir, sedangkan sisanya sebanyak 42% responden mendapat informasi kehalalan melalui produsen, 21% responden mendapat informasi dari logo halal MUI, dan 11% responden mendapat informasi dari logo halal non-MUI yang berada pada kemasan. Sedangkan lainnya mengetahui dari artikel, teman, dan pelatihan (**Tabel 4.14**).

Tabel 4.14. Alasan persepsi responden terhadap kehalalan kefir

Pernyataan	Alasan	Frekuensi* (n)	Presentase (%)
Saya yakin dengan kehalalan kefir yang saya beli	Kefir tidak mengandung bahan yang diharamkan	68	55
	Kefir mengandung alkohol, namun dibawah 0,5%	35	28
	Saya tidak mengetahui alasannya	12	10
	Alkohol yang dihasilkan tidak memiliki efek memabukkan	6	6
	Saya mengenal produsennya	2	2
Saya mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan kefir yang saya beli	Logo halal MUI pada kemasan	21	21
	Logo halal non-MUI pada kemasan	11	11
	Informasi yang ditulis oleh produsen	42	42
	Saya tidak mendapatkan informasi	22	22
	Lainnya	4	4
Saya memiliki kekhawatiran terhadap kehalalan kefir yang saya beli	Tidak terdapat logo halal MUI	12	52
	Mengandung bahan yang diragukan kehalalannya	1	5
	Produsen tidak dapat meyakinkan saya	5	24
	Tidak mengerti definisi halal dan haram pada kefir	1	5

*frekuensi tidak berjumlah 100 dikarenakan pertanyaan hanya muncul kepada responden dengan jawaban tertentu

Berdasarkan **Tabel 4.14** dapat kita ketahui juga bahwa sebanyak 19 responden yang menyatakan khawatir dengan kehalalan kefir yang dibeli, memiliki alasan antara lain karena tidak terdapat logo halal MUI (52%), mengandung bahan yang diragukan kehalalannya (5%), produsen tidak dapat meyakinkan (24%), dan tidak mengerti definisi halal dan haram pada kefir (5%).

4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 20 for Windows*.

4.4.1 Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce

Berdasarkan data persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce, diketahui bahwa sebagian besar konsumen memiliki persepsi kualitas yang baik (73%). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui adanya tidaknya pengaruh pengetahuan kualitas ($X_{1,1}$), riwayat pembelian ($X_{1,2}$) dan jenis kemasan ($X_{1,3}$) terhadap persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce beserta besaran nilai pengaruhnya.

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hasil uji normalitas menggunakan *Normal Probability Plot* menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatter Plot* juga menunjukkan pola yang tersebar yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (0,963; 0,995; 0,966) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (1,039; 1,005; 1,036) yang artinya dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen (**Lampiran 8**).

Tabel 4.15. Model Summary dan ANOVA persepsi kualitas kefir

Model	Model Summary ^a			ANOVA ^a	
	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimated	F	Sig. ^b
1	0,117	0,089	6,380	4,243	0,007

a. Variabel Dependen: Persepsi Kualitas

b. Prediktor: (Konstanta), Pengetahuan Kualitas, Riwayat Pembelian, Jenis Kemasan

Berdasarkan tabel ANOVA (**Tabel 4.15**) diketahui bahwa Model 1 memiliki F_{hitung} sebesar 4,243 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,70 (**Lampiran 10**) dengan tingkat signifikansi 0,007. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,243 > 2,70$) dan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,007 < 0,05$) pada $\alpha = 5\%$, maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan kualitas, riwayat pembelian dan jenis kemasan secara simultan mempengaruhi persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce secara signifikan. Pada tabel *Model Summary* (**Tabel 4.15**) dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* untuk Model 1 adalah 0,089 yang artinya variabel independen pengetahuan kualitas, riwayat pembelian, dan jenis kemasan memberi pengaruh terhadap persepsi kualitas kefir sebesar 8,9%, sedangkan 91,1% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 4.16. Hasil analisis regresi linear berganda persepsi kualitas kefir

Coefficients^a Multiple Regrsson					
Model		Koefisien^a	Std. Error	t-value	Sig.
1	(Konstanta)	29,250	4,356	6,715	0,000
	Pengetahuan Kualitas	1,174	0,439	2,671	0,009
	Riwayat Pembelian	0,842	0,512	1,644	0,103
	Jenis Kemasan	1,146	0,955	1,201	0,233

a. Variabel Dependen: Persepsi Kualitas

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (**Tabel 4.16**), maka bentuk persamaan regresi linear Model 1 adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = 29,250 + 1,174X_{1,1} + 0,842X_{1,2} + 1,146X_{1,3}$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa pengetahuan kualitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,174 yang artinya jika pengetahuan kualitas responden bertambah 1 skor, maka persepsi responden terhadap kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* bertambah sebesar 1,174 skor. Riwayat pembelian memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,842 yang artinya semakin sering responden melakukan pembelian, maka persepsi responden terhadap kualitas kefir meningkat sebesar 0,842 skor. Selanjutnya, jenis kemasan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,146 yang artinya semakin baik material kemasan yang digunakan oleh produk, maka persepsi responden terhadap kualitas kefir akan meningkat sebesar 1,146 skor.

Hasil uji signifikansi koefisien regresi (**Tabel 4.16**) menunjukkan bahwa secara parsial atau terpisah, hanya koefisien variabel pengetahuan kualitas saja yang memiliki pengaruh signifikan dengan nilai 0,009 (nilai sig.<0,05) pada $\alpha = 5\%$, sedangkan koefisien variabel riwayat pembelian dan jenis kemasan tidak berpengaruh signifikan (nilai sig.> 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kualitas adalah faktor utama yang mempengaruhi persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* dibandingkan kedua faktor yang lain. Hasil ini sesuai dengan penelitian Hwang & Su-Jung (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan faktor yang berperan penting dalam menginterpretasikan stimulus yang diperoleh, sehingga apabila informasi mengenai produk rendah (pengetahuan produk rendah) maka konsumen tidak dapat mengevaluasi produk secara objektif yang menghasilkan persepsi yang juga rendah atau tidak sesuai.

Persepsi kualitas salah satunya dapat ditingkatkan dengan memperbaiki kemasan produk yang digunakan. Menurut literatur, kemasan fermentasi sebaiknya memiliki karakteristik tahan uap/ gas sehingga selama penyimpanan tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, atau khamir. Tahan cahaya untuk

melindungi kandungan nutrisi dan tahan suhu tinggi untuk kepentingan proses sterilisasi (Sucipta, et al., 2017). Sehingga dari beberapa kemasan yang ada di pasaran, yang paling baik pertama adalah kaca gelap, kaca transparan, plastik HDPE, baru kemudian plastik PET.

4.4.2 Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui E-commerce

Penilaian terhadap persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki persepsi yang baik (75%). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui adanya tidaknya pengaruh pengetahuan kehalalan ($X_{2,1}$), dan agama ($X_{2,2}$) terhadap persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce beserta besaran nilai pengaruhnya.

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hasil uji normalitas menggunakan *Normal Probability Plot* menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatter Plot* juga menunjukkan pola yang tersebar yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (0,686; 0,686) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (1,458; 1,458) yang artinya dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen (**Lampiran 8**).

Tabel 4.17. Model Summary dan ANOVA persepsi kehalalan kefir

Model	Model Summary ^a			ANOVA ^a	
	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimated	F	Sig. ^b
1	0,035	0,015	2,494	1,757	0,178

a. Variabel Dependen: Persepsi Kehalalan

b. Prediktor: (Konstanta), Pengetahuan Kehalalan, Agama

Berdasarkan tabel ANOVA (**Tabel 4.17**) diketahui bahwa Model 1 memiliki F_{hitung} sebesar 1,757 yang lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 3,09 (**Lampiran 10**) dengan tingkat signifikansi 0,178. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($1,757 < 3,09$) dan tingkat signifikansi $> 0,05$ ($0,178 > 0,05$) pada $\alpha = 5\%$, maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan kehalalan dan agama responden secara simultan tidak mempengaruhi persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce.

Tabel 4.18. Hasil analisis regresi linear berganda persepsi kehalalan kefir

Coefficients^a Multiple Regrsson					
Model		Koefisien^a	Std. Error	t-value	Sig.
1	(Konstanta)	8,987	1,882	4,774	0,000
	Pengetahuan Kehalalan	0,253	0,178	1,417	0,160
	Agama	1,259	0,696	1,810	0,073

a. Variabel Dependen: Persepsi Kehalalan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (**Tabel 4.18**), maka bentuk persamaan regresi linear Model 1 adalah sebagai berikut:

$$Y_2 = 8,987 + 0,253X_{2,1} + 1,259X_{2,2}$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa pengetahuan kehalalan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,253 yang artinya jika pengetahuan kehalalan responden bertambah 1 skor, maka persepsi responden terhadap kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* bertambah sebesar 0,253 skor. Sedangkan agama responden memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,259 yang artinya agama responden memiliki pengaruh sebesar 1,259 terhadap persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce*.

Berdasarkan **Tabel 4.18**, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen $> 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan pada $\alpha = 10\%$ yaitu variabel agama responden ($0,073 < 0,100$), yang artinya agama responden berpengaruh signifikan terhadap persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* pada tingkat signifikansi 10%. Hasil ini berbeda dengan penelitian Aji (2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan kehalalan dan agama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada produk pangan halal yang dilakukan terhadap 186 responden muslim di Indonesia.

Pengaruh yang tidak signifikan dari pengetahuan kehalalan dan agama responden terhadap persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* disebabkan karena titik kritis kehalalan kefir belum jelas diketahui oleh responden.

Beberapa responden yakin dengan kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* dengan alasan karena alkohol yang dihasilkan bukan merupakan senyawa utama dan tidak bersifat memabukkan, seperti pernyataan responden "*Alkohol dlm kefir dpt lebih dr 0,5 persen km berfermentasi terus - tetapi tidak menyebabkan seseorang menjadi mabuk karenanya*" dan "*Kefir tidak mengandung bahan yang diharamkan, kefir halal, tidak ada unsur khamr (memabukkan) dalam kefir, hukum halal haram tidak ada kaitannya dengan alkohol, tetapi kaitannya dgn sifat khamr nya yg*

memabukkan.” Alasan lain responden yakin dengan kehalalan kefir karena kefir memiliki lebih banyak manfaat daripada keburukannya, seperti pernyataan salah satu responden “*Lebih banyak manfaat daripada mudhorot (keburukan)*”. Disisi lain, responden yang tidak yakin terhadap kehalalan kefir memiliki alasan karena tidak terdapat logo halal MUI dan tidak mengerti definisi halal dan haram pada kefir seperti pernyataan responden “*Gatau apa definisi halal & haram di kefir.*”

Berdasarkan literatur, ditemukan dua pendapat yang dapat menjadi dasar kehalalan kefir bagi responden. Menurut Faridah & Silvia (2019) alkohol terbagi menjadi alkohol berstatus halal dan alkohol berstatus haram. Alkohol yang haram adalah alkohol yang diproduksi dengan maksud menghasilkan minuman yang memabukkan (*khamr*). Kandungan alkohol dalam tape dan air tape, menurut Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 tidak termasuk dalam kategori *khamr* kecuali apabila memabukkan. Hal ini menjadi dasar bagi responden yang yakin dengan kehalalan kefir karena alkohol yang terkandung dalam kefir bukan *khamr* karena tidak memabukkan.

Sedangkan pada tahun 2018, MUI mengambil keputusan berbasis bukti (*evidence-based fatwa*) mengenai kadar etanol pada produk makanan dan minuman yang tertuang dalam Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol. Dalam fatwa tersebut minuman beralkohol yang termasuk kategori *khamr* adalah minuman yang mengandung alkohol/etanol (C_2H_5OH) minimal 0,5%. Kemudian terkait produk minuman hasil fermentasi disebutkan bahwa produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol minimal 0,5% hukumnya haram dan produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol kurang dari 0,5% hukumnya halal jika secara medis tidak membahayakan. Berbeda dengan produk makanan hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol hukumnya halal selama dalam prosesnya tidak menggunakan bahan haram dan secara medis tidak membahayakan.

Fatwa ini didasarkan pada Hadis Nabi Muhammad SAW yang menjelaskan aktivitas beliau meminum perasan kismis sebagai berikut:

“*Rasulullah SAW pernah dibuatkan rendaman kismis (infus water) dalam mangkok, kemudian Beliau meminumnya pada hari itu dan besoknya dan besoknya lagi. Pada sore hari ketiga, jika masih ada sisanya, Beliau SAW membuangnya.*” (H.R. Muslim, dari Ibn ‘Abbas ra)

Kemudian berdasarkan Hadis tersebut, dilakukan penelitian terhadap kadar etanol pada buah yang didiamkan di wadah tertutup bersuhu 29°C selama 3 hari, dimana perasan anggur memiliki kadar alkohol 0,76%, perasan apel mengandung 0,32%, dan perasan kurma mengandung 0,33% (dan di penelitian lain 0,51%) sehingga MUI mengambil rata-rata kandungan alkohol/etanol di dalam perasan jus buah selama 3 hari adalah 0,5% (MUI, 2018).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian mengambil data konsumen kefir yang pernah membeli kefir melalui *e-commerce* sebanyak 100 orang ($n=100$). Hasil penelitian menghasilkan beberapa kesimpulan antara lain:

- Tingkat pengetahuan konsumen terhadap kualitas kefir berada pada kategori tinggi (65%) yang artinya konsumen memiliki banyak informasi mengenai kualitas kefir. Karakteristik yang berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan kualitas kefir adalah lama waktu konsumsi.
- Tingkat pengetahuan konsumen terhadap kehalalan kefir berada pada kategori tinggi (73%) yang artinya konsumen memiliki banyak informasi mengenai kehalalan kefir. Karakteristik yang berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan kehalalan kefir adalah agama responden.
- Secara umum persepsi konsumen terhadap kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce* baik (73%). Persepsi kualitas dipengaruhi oleh pengetahuan kualitas kefir, pengalaman pembelian, dan jenis kemasan secara simultan sebanyak 8,9%.
- Secara umum, persepsi konsumen terhadap kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce* baik (75%). Pengetahuan kehalalan kefir tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kehalalan kefir, sedangkan agama berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 10%.

5.2 Saran

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah lebih dalam menggali persepsi responden sehingga ditemukan faktor yang mempengaruhi persepsi terutama persepsi kehalalan kefir. Catatan metode bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada responden uji coba terlebih dahulu sebelum disebarluaskan.

Rekomendasi untuk produsen kefir adalah memberikan edukasi kepada calon konsumen mengenai kualitas kefir, sehingga tidak terjadi miskonsepsi terhadap kefir dari segi sensoris, nutrisi, dan manfaat kesehatan. Sedangkan mengenai kehalalan, langkah yang paling tepat adalah melakukan sertifikasi halal MUI.

Rekomendasi untuk pemerintah agar mempermudah sertifikasi halal MUI terutama bagi produsen kefir skala rumahan, hal ini agar konsumen merasa yakin dengan kehalalan susu kefir serta produsen mendapat kepercayaan dari konsumen mengenai kehalalan kefir.



DAFTAR PUSTAKA

- Abikusno, P., 2013. Pengaruh Pengalaman Menggunakan Produk dan Persepsi Konsumen Berdasarkan Kelompok Referensi Terhadap Kesiediaan Konsumen untuk Melakukan Word of Mouth. **Jurnal Ilmu Komunikasi**, 10(1), pp. 25-40.
- Agustian, W., 2013. **Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang**. Yogyakarta, Seminar Nasional Informatika.
- Agyekum, C., Huang, H. & Amma, A., 2015. Consumer Perception of Product Quality. **Microeconomics and Macroeconomics**, 3(2), pp. 25-29.
- Aji, H., 2018. The Effect of Knowledge about Halal and Islamic Religiosity on Attitude Toward Halal Label. **Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA) Proceeding**, Volume 1, pp. 1-8.
- Amalina, R. I. K., 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal). **Diponegoro Journal of Management**, 4(2), pp. 1-9.
- Angelia, C., 2020. **Pengaruh Pemberian Dosis dan Lama Fermentasi Starter Kefir Terhadap Kualitas Kefir Susu Kerbau**, Medan: Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Arifin, H., Ikhsan, F. & Engkus, K., 2017. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang. **Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik**, 21(1), pp. 88-101.
- Bahar, B., 2008. **Kefir Minuman Susu Fermentasi**. 1st ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Baschali, A. et al., 2017. Traditional Low-Alcoholic and Non-Alcoholic Fermented Beverages Consumed in European Countries: A Neglected Food Group. **Nutrition Research Reviews**, 30(1), pp. 1-24.
- Bengoa, A., Irapordia, C., Garrote, G. & Abraham, A., 2018. Kefir micro-organisms: their role in grain assembly and health properties of fermented milk. **Journal of Applied Microbiology**, 126(3).
- Boscardin, W. J., 2010. The Use and Interpretation of Linear Regression Analysis in Ophthalmology Research. **American Journal of Ophthalmology**, 150(1), pp. 1-2.
- Bourrie, B. C. T., W, B. P. & Paul, D. C., 2016. The Microbiota and Health Promoting Characteristics of the Fermented Beverage Kefir. **Frontiers in Microbiology**, 7(647), PMID: 27199969.
- Bulan, T. P. L., 2010. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. **Jurnal Manajemen dan Keuangan**, 5(1), pp. 430- 440.

- Chrysochou, P. & Klaus, G., 2014. Health-related Ad Information and Health Motivation Effects on Product Evaluations. **Journal of Business Research**, Volume 67, pp. 1209-1217.
- Denziana, A., Indrayenti & Ferdinan, F., 2014. Corporate Financial Performance Effects of Macro Economic. **Jurnal Akutansi & Keuangan**, 5(2), pp. 17-40.
- Devita, M., Heni, R. & Yoyok, B., 2019. Pengaruh Lama Fermentasi Terhadap Kadar Alkohol, Lemak, Nilai pH, dan Total BAL Kefir Prima Susu Kambing. **Jurnal Teknologi Pangan**, 3(2), pp. 204-208.
- Elsya, P. & Ratih, I., 2020. **The Impact of Product Knowledge and Product Involvement to Repurchase Intentionfor Tupperware Products among Housewives in Surabaya, Indonesia**. Surabaya, SHS Web of Conferences.
- Emire, S. A. & Worku, T. B., 2011. Consumer Attitudes, Market Potential and Microbiological Analysis of Kefir: Implication for. **East African Journal of Sciences**, 5(2), pp. 117-129.
- Ernawati, E., Feri, K. & Nur, W., 2018. Pemenuhan Persyaratan Label Produk Pangan yang Dijual Secara Online terhadap Peraturan Label Pangan. **Jurnal Mutu Pangan**, 5(1), pp. 50-58.
- Fanani, Z., 2018. Preferensi Konsumen Produk Kefir Susu Kambing di Malang. **Jurnal Nusamba**, 3(1), pp. 54- 65.
- FAO/WHO, 2011. **Codex Alimentarius: Milk and Milk Product, 2nd ed.**, Geneva; Rome: World Health Organization; Food and Agriculture Organization.
- Farag, M. A., Suzan, A. J., Aida, A. E. & Hesham, R. E., 2020. The Many Faces of Kefir Fermented Dairy Products: Quality Characteristics, Flavour Chemistry, Nutritional Value, Health Benefits, and Safety. **Nutrients**, 12(346), pp. 1-23.
- Faridah, H. & Silvia, S., 2019. Pemanfaatan Mikroorganisme dalam Pengembangan Makanann Halal Berbasis Bioteknologi. **Journal of Halal Product and Research**, 2(1), pp. 33-43.
- Garofalo, C. et al., 2020. Study of Kefir Drinks Produced by Backslopping Method Using Kefir Grains from Bosnia and Herzegovina: Microbial Dynamics and Volatilome Profile. **Food Research International**, Volume 137, pp. 1-15.
- Garrote, G. L., Abraham, A. G. & De Antoni, G. L., 1998. Characteristics of Kefir Prepared With Different Grain: Milk Ratios. **Journal of Dairy Research**, 65(1), pp. 149-154.
- Gelici-Zeco, M., Lutters, D., Klooster, R. t. & Weijzen, P. L. G., 2012. **Studying the Influence of Packaging Design on Consumer Perceptions (of Dairy Products) Using Categorizing and Perceptual Mapping**, Enschede: John Wiley & Sons, Ltd.

Ghani, I. & Sabri, A., 2010. Stepwise Multiple Regression Method to Forecast Fish Landing. **Procedia Social and Behavioral Science**, Volume 8, pp. 549-554.

Gut, A. M., Todor, V., Thomas, Y. & D, O. N., 2021. Kefir Characteristics and Antibacterial Properties- Potential Applications in Control of Enteric Bacterial Infection. **International Dairy Journal**, Volume 118, pp. 1-8.

Hasanuddin, M. & Abdul, H. S., 2019. **Hukum Mengkonsumsi Susu Kefir**. [Online] Available at: <http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/hukum-mengkonsumsi-susu-kefir> [Accessed 9 Januari 2021].

Hidayat, A. S. & Mustolih, S., 2015. Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. **Ahkam**, 15(2), pp. 199- 211.

Hikmetoglu, M. et al., 2020. **Changes in Carbohydrate Profile in Kefir Fermentation**, Isparta: Elsevier Ltd..

Hwang, H. & Su- Jung, N., 2021. The Influence of Consumers' Knowledge on Their Responses to Genetically Modified Foods. **Biotechnology in Agriculture and the Food Chain**, 12(1), pp. 146-157.

Ibrahim, N., 2017. **Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Fungsional**, Malang: Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.

Iwatani, S. & Naoyuki, Y., 2019. Functional Food Products in Japan: A review. **Food Science and Human Wellness**, 8(2), pp. 96-101.

Javeed, A., Sany, S., Ismail & Muhammad, Y. K., 2017. Perceived Product Quality: Role of Extrinsic Cues. **Journal of Managerial Sciences**, 11(3), pp. 196-220.

Jaya, F., 2013. **Ilmu, Teknologi, dan Manfaat Kefir**. 1st ed. Malang: UB Press.

Kandula, S., 2013. **Competency-Based Human Resource Management**. 1 ed. Delhi: PHI Learning Private Limited.

Khaerudin, 2016. Teknik Penskoran Tes Obyektif Model Pilihan Ganda. **Jurnal Madaniyah**, 2(11), pp. 185-204.

Klaus, P. & Stan, M., 2013. Towards a Better Measure of Customer Experience. **International Journal of Market Research**, 55(2), pp. 227-246.

Kurniadi, M. & Andri, F., 2016. Perspektif Halal Produk Pangan Berbasis Bioproses Mikroba. **Reaktor**, 16(3), pp. 147- 160.

Kurniawan, A. & Idris, 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai sebagai Intervening. **Diponegoro Journal of Management**, 4(3), pp. 1-11.

Latif, A., 2016. Pandangan Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Perjanjian Baku. **Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos**, 5(1), pp. 33- 40.

Laureys, D. & Vuyst, L. D., 2014. Microbial Species Diversity, Community Dynamics, and Metabolite Kinetics of Water Kefir Fermentation. **Applied and Environment Microbiology**, 80(8), p. 2564–2572.

Lavrakas, P. J., 2008. **Encyclopedia of Survey Research Methods**. 1st ed. United States: SAGE Publication.

Lindawati, S. A., Sriyani, N. & Suranjaya, M. H. I. G., 2015. Study Mikrobiologis Kefir dengan Waktu Simpan Berbeda. **Majalah Ilmiah Peternakan**, 18(3), pp. 95- 99.

Megawati, S. & Crisna, M., 2019. **The Influence of the Consumer's Knowledge of Halal Foods and Purchasing towards Awareness Behavior**. Bogor, Association of Indonesian Family and Consumer Sciences.

Motaghi, M. et al., 1997. Short Communication: Kefir Production in Iran. **World Journal of Microbiology & Biotechnology**, Volume 13, pp. 579- 581.

MUI, 2018. **Fatwa MUI No. 10 Tahun 2019 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/ Etanol**, Jakarta: Majelis Ulama Indonesia.

Muljono, P., 2002. **Penyusunan dan Pengembangan Instrumen Penelitian**. Jember, Lokakarya Peningkatan Suasana Akademik.

Nielsen, B., Candan, G. & Gulhan, U., 2014. Kefir: A Multifaceted Fermented Dairy Product. **Probiotics Antimicrob Proteins**, Volume 6, pp. 123– 135.

Nuraeni, A., I. I, A. & M. S, S., 2014. Characteristics of Probiotic Koumiss from Goat Milk with Addition of Roselle Extract (*Hibiscus Sabdariffa* Linn). **J. Indonesian Trop. Anim. Agric**, 39(2), pp. 117-125.

Otles, S. & Ozlem, C., 2003. Kefir: A Probiotic Dairy- Composition, Nutritional and Therapeutic Aspect. **Pakistan Journal of Nutrition** , 2(2), pp. 54-59.

Petrescu, D. C., Iris, V. & Ruxandra, M. P., 2020. Consumer Understanding of Food Quality, Healthiness, and Environmental Impact: A Cross- National Perspective. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17(169), pp. 1-20.

Pogacic, T., Sanja, S., Simun, Z. & Dubravka, S., 2013. Microbiota of Kefir Grains. **Mljekarsivo**, 63(1), pp. 3-14.

Pradito, I. et al., 2020. Determinants of Knowledge and Perception of Probiotics by Jabodetabek College Students. **Food Research**, 4(5), pp. 1815-1819.

Prado, M. R. et al., 2015. Milk kefir: Composition, Microbial Cultures, Biological Activities, and Related Products. **Frontiers in Microbiology**, 6(1177), p. PMID: 26579086.

Prastujati, A., Mustofa, H. & Habbib, K., 2018. Pengaruh Konsentrasi Starter Terhadap Kadar Alkohol, pH, dan Total Asam Tertitiasi (TAT) Whey Kefir. **Jurnal Ilmu Peternakan Terapan**, 1(2), pp. 63-69.

Purnomo, H. & Muslimin, L., 2012. Chemical Characteristics of Pasteurised Goat Milk and Goat Milk Kefir Prepared Using Different Amount of Indonesian Kefir Grains and Incubation Times. **International Food Research Journal**, 19(2), pp. 791-794.

Radjab, E. & Andi, J., 2017. **Metode Penelitian Bisnis**. 1st ed. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Rattray, F. P. & M. J. O., 2011. **Kefir. In: Fermented Milk**. Horsholm: Elsevier, pp. 518-524.

Ririn, Y., Syah, T. Y. R. & Anindita, R., 2019. How Packaging, Product Quality, and Promotion Affect the Purchase Intention? **Russiann Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences**, 92(8), pp. 46-55.

Sadabadi, M. G. et al., 2019. The Effects of Fermented Milk Products (Kefir and Yogurt) and Probiotic on Performance, Carcass Characteristics, Blood Parameters, and Gut Microbial Population in Broiler Chickens. **Arch Anim Breed**, 62(1), pp. 361-374.

Safitri, M. & Swarastuti, A., 2013. Kualitas Kefir Berdasarkan Konsentrasi Kefir Grain. **Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan**, 2(2), pp. 87-92.

Said, M., Faridah, H., Rosidah, M. & Rahmah, N., 2014. Assessing Consumer's Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. **Procedia Social and Behavioral Science**, Volume 130, pp. 120-128.

Santosa, P. B. & Muliawan, H., 2010. **Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga**. 6th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sarwono, J. & K. Prihartono, A., 2012. **Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet**. 1 ed. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Setyawardani, T., Agustinus, H., Mardiaty, S. & Samsu, W., 2014. Physiochemical and Organoleptic Features of Goat Milk Kefir Made of Different Kefir Grain Concentration on Controlled Fermentation. **Animal Production**, 16(1), pp. 48-54.

Shi, L., 2016. Beneficial Properties of Probiotics. **Tropical Life Sciences Research**, 27(2), pp. 73-90.

Siregar, M. R. & Azhar, A., 2018. Halal Label on Food Products by MUI (Indonesian Ulama Council) and Student Purchasing Decision of Faculty of Business and Economic Universitas Muhammadiyah Surakarta. **Journal of Islamic Economic Laws**, 1(1), pp. 1-30.

Sloan, A. E., 2020. The Top 10 Functional Food Trends. **Food Technology Magazine**, 1 April, p. 74 (3).

Soesilowati, E. S. & Chitra, I. Y., 2013. Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal di Area Mayoritas dan Minoritas Muslim. **Jurnal Ekonomi dan Pembangunan**, 21(2), pp. 167- 178.

Sokolinska, D. C., Romualda, D. & Jan, P., 2008. Physicochemical and Sensory Characteristics of Sheep Kefir During Storage. **Acta Scientiarum Polonorum**, 7(2), pp. 63- 73.

Subianto, T., 2007. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. **Jurnal Ekonomi Modernisasi**, 3(3), pp. 165- 182.

Sucipta, I. N., Ketut, S. & Pande, K., 2017. **Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien**. 1 ed. Bali: Udayana University Press.

Sudaryo, Y., Nunung, A. S., Adam, M. & Ana, H., 2019. **Metode Penelitian Survei Online dengan Google Forms**. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).

Sulmiyati, et al., 2019. The Physicochemical, Microbiology, and Sensory Characteristics of Kefir Goat Milk with Different Levels of Kefir Grains. **Tropical Animal Science Journal**, 42(2), pp. 152- 158.

Surja, L. L., Bambang, D. & Heni, R., 2019. Effect of High Fructose Syrup (HFS) Addition on Chemical and Organoleptic Properties of Green Coconut Water Kefir. **Journal of Applied Food Technology**, 6(1), pp. 3-8.

Syarfida, 2015. Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak- Hak Konsumen Muslim. **ADIL: Jurnal Hukum**, 7(2), pp. 159- 174.

Tripathi, M., 2014. Probiotic Functional Foods: Survival of Probiotics During Processing and Storage. **Journal of Functional Foods**, Volume 9, pp. 225-241.

Triwibowo, B. et al., 2020. **The Effect of Kefir Grain Concentration and Fermentation Duration on Characteristics of Cow Milk-Based Kefir**. Semarang, IOP Publishing.

Wijaya, A., 2017. Analisis Pengaruh ROE, DER, dan TATO Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Kosumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. **ESENSI**, 20(2), pp. 117-141.

Wuncsh, N.-G., 2020. **Global Functional Food Market Revenue 2013 & 2022**, Hamburg: Statista.

Yilmaz-Ersan, L., Tulay, O. & Akpınar-Bayazit, A., 2020. Assessment of Socio-demographic Factors, Health Status and The Knowledge on Probiotic Dairy Products. **Food Science and Human Wellness**, Volume 9, pp. 272-279.

Yulianti, M. D. & Resmi, M., 2018. Tata Cara Registrasi untuk Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Makanan Dalam Negeri (MD) dalam Rangka Peningkatan Produk yang Aman dan Bermutu di Bandung Jawa Barat. **Farmaka**, 15(3), pp. 57- 65.

Yusriyah, N. & Rudiana, A., 2014. Pengaruh Waktu Fermentasi dan Konsentrasi Bibit Kefir Terhadap Mutu Kefir Susu Sapi. **Journal of Chemistry**, 3(2), pp. 53-58.

Zeithaml, V., 2012. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis Evidence. **American Marketing Association**, 52(3), pp. 2-22.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Online

Kuesioner Persepsi Konsumen

Salam,

Perkenalkan saya Salsabilla Zahidati, mahasiswi Prodi Ilmu dan Teknologi Pangan, Universitas Brawijaya - Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas dan kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce.

Berkenaan dengan penelitian tersebut, saya memohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dengan mengisi lembar kuesioner pada penelitian ini. Adapun kriteria responden yang diperlukan untuk mengisi lembar kuesioner ini adalah:

1. Pernah membeli minuman kefir susu sapi atau susu kambing min. 1 kali
2. Pembelian dilakukan secara online (via Marketplace, Facebook, Instagram, Whatsapp, dll)

Informasi Penting:

- Kuesioner ini terdiri dari 5 bagian
- Tidak ada jawaban benar atau salah maupun baik atau buruk
- Semua data dalam kuesioner bersifat rahasia dan tidak akan disebarluaskan
- Jawaban yang diperoleh hanya digunakan sebagai data penelitian saja

Oleh karena itu, selaku peneliti saya meminta kejujuran Anda untuk mengisi sesuai dengan keadaan dan pendapat Anda pribadi. Kelengkapan jawaban Anda akan sangat membantu proses dari penelitian ini.

Informasi lebih lanjut silakan menghubungi salsabiza@student.ub.ac.id

Atas kesediaan Anda dalam berpartisipasi pada pengisian kuesioner ini, saya sebagai peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Peneliti

Apakah Anda sudah membaca dan mengerti lembar informasi yang diberikan? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Skrining Responden

Apakah Anda pernah membeli minuman kefir susu sapi atau kambing? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah pembelian dilakukan melalui Whatsapp, Marketplace, Facebook, Instagram, dll? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Back

Next

Profil Responden

Nama (inisial diperbolehkan) *

Your answer

No. Handphone untuk Voucher (jika tidak berkenan cukup tulis -) *

Your answer

Jenis Kelamin *

- ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

Asal Daerah (Kota/Kabupaten) *

Your answer

Tingkat Pendidikan *

Choose

Pekerjaan *

- ☐ Pelajar/ Mahasiswa
☐ Wiraswasta
☐ Pegawai Negeri Sipil
☐ Pegawai Swasta
☐ Ibu Rumah Tangga
☐ Other: _____

Apakah Anda seorang muslim? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Apakah Anda memiliki riwayat penyakit tertentu? *

- ☐ Tidak ada
- ☐ Diabetes
- ☐ GERD/ Maag
- ☐ Gangguan Pencernaan
- ☐ Hipertensi
- ☐ Other: _____

Apakah anggota keluarga yang tinggal serumah dengan Anda memiliki riwayat penyakit tertentu? *

- ☐ Tidak ada
- ☐ Diabetes
- ☐ GERD/ Maag
- ☐ Gangguan Pencernaan
- ☐ Hipertensi
- ☐ Other: _____

Back

Next

Bagian 1. Pengalaman Pembelian

Pengalaman pembelian didasarkan pada kebiasaan pembelian yang Anda lakukan.
Jawaban tidak ada yang benar atau salah maupun bernilai baik atau buruk.

Sejak kapan Anda mulai mengonsumsi minuman kefir? *

- ☐ Sebelum 2019
- ☐ 2019
- ☐ 2020
- ☐ 2021

Darimana Anda mengetahui minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ Rekomendasi teman
- ☐ Postingan Facebook, Instagram, Whatsapp
- ☐ Video Youtube
- ☐ Buku
- ☐ Other: _____

Apa alasan Anda membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ Saya suka rasanya
- ☐ Saya tahu khasiatnya
- ☐ Penasaran ingin mencoba
- ☐ Direkomendasikan oleh teman
- ☐ Other: _____

Untuk siapa Anda membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ Diri sendiri
- ☐ Keluarga
- ☐ Other: _____

Dalam sebulan, berapa jumlah rata-rata minuman kefir yang Anda beli? *

- ☐ 1-2 botol
- ☐ 3-4 botol
- ☐ 5 botol
- ☐ > 5 botol
- ☐ < 1 botol

Berapa ukuran volume minuman kefir yang sering Anda beli? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ 250 ml
- ☐ 500 ml
- ☐ 750 ml
- ☐ 1000 ml
- ☐ Other: _____

Apa jenis minuman kefir yang sering Anda beli? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ Kefir susu sapi original
- ☐ Kefir susu kambing original
- ☐ Kefir susu sapi dengan varian rasa
- ☐ Kefir susu kambing dengan varian rasa
- ☐ Other: _____

Dimana Anda sering membeli minuman kefir? (dapat memilih lebih dari 1) *

- ☐ Marketplace (Tokopedia, Shopee, Lazada, dll)
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Whatsapp
- ☐ Other: _____

Ekspedisi apa yang sering Anda pilih untuk membeli minuman kefir? *

- ☐ Instant (tiba kurang dari 3 jam)
- ☐ Same day (tiba pada hari yang sama)
- ☐ Next day (tiba pada hari berikutnya)
- ☐ Regular (tiba 3 hari setelah pemesanan)
- ☐ Other: _____

Bagaimana keadaan minuman kefir saat tiba di rumah Anda? *

- ☐ Dalam keadaan dingin
- ☐ Dalam keadaan tidak dingin

Apa kemasan minuman kefir yang sering Anda beli? *



- ☐ Plastik botol PET (transparan)



- ☐ Plastik botol HDPE (tidak transparan)

- ☐ Other: _____



- ☐ Botol kaca

Bagian 2. Pengetahuan Kualitas Kefir

Pengetahuan terhadap kualitas kefir merupakan keseluruhan informasi yang tersimpan dalam ingatan konsumen mengenai deskripsi, bahan baku, proses pembuatan, dan minuman kefir yang baik. Anda cukup menjawab ya atau tidak sesuai dengan pengetahuan yang anda miliki terkait minuman kefir.

Jawaban tidak ada yang benar atau salah maupun bernilai baik atau buruk.

Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan minuman kefir? *

- ☐ Minuman kefir adalah minuman sari buah yang difermentasi menggunakan ragi
- ☐ Minuman kefir adalah minuman fermentasi susu yang diproses dengan penambahan bulir kefir
- ☐ Minuman kefir adalah minuman fermentasi susu yang ditambahkan asam dalam prosesnya

Menurut Anda, mikroorganisme apa yang menjadi starter pembuatan kefir? *

- ☐ Bakteri
- ☐ Yeast/ Khamir/ Ragi
- ☐ Kombinasi Bakteri dan Yeast

Menurut Anda, berapa lama proses pembuatan kefir? *

- ☐ 1- 2 hari
- ☐ 7- 10 hari
- ☐ 1 bulan

Menurut Anda, apakah kefir memiliki kandungan bakteri yang lebih kompleks dibandingkan dengan yogurt? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Menurut Anda, apakah protein susu kefir lebih mudah dicerna daripada protein susu segar? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Menurut Anda, apakah tekstur kental pada kefir menandakan tidak layak konsumsi? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Menurut Anda, apakah rasa asam pada kefir menandakan tidak layak konsumsi? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Menurut Anda, apakah mengonsumsi kefir dapat mengurangi risiko diare akibat minum susu (intoleransi laktosa)? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Menurut Anda, apakah manfaat kefir hanya dapat diperoleh dari bakteri probiotiknya? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Menurut Anda, apakah manfaat kefir dapat diperoleh dari bakteri probiotik dan metabolitnya? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Back

Next

Bagian 3. Pengetahuan Kehalalan Kefir

Pengetahuan kehalalan secara kontekstual berarti memiliki ketertarikan khusus, pengalaman, atau informasi yang cukup terkait produk halal. Anda cukup menjawab ya atau tidak sesuai dengan kondisi yang anda yakini mengenai kehalalan minuman kefir.

Jawaban tidak ada yang benar atau salah maupun bernilai baik atau buruk.

Menurut anda, apa yang dimaksud dengan pangan 'halal'? *

- ☐ Pangan halal adalah sesuatu yang diketahui secara jelas bahan bakunya secara Syari'at
☐ Pangan halal adalah sesuatu yang diperbolehkan secara Syari'at dan jika dikonsumsi tidak mengakibatkan dosa
☐ Pangan halal adalah pangan yang diketahui secara Syari'at siapa produsennya

Menurut Anda, apakah label halal di Indonesia hanya boleh dikeluarkan oleh LPPOM MUI? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan pangan 'haram'? *

- ☐ Pangan haram adalah suatu pangan yang dilarang oleh Syari'at dengan larangan tegas dimana orang yang melanggarnya mendapatkan dosa
- ☐ Pangan haram adalah suatu pangan yang secara Syari'at tidak jelas bahan bakunya
- ☐ Pangan haram adalah suatu pangan yang secara Syari'at tidak diketahui siapa produsennya

Apakah Anda mengetahui bangkai itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui darah itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui babi itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui khamar itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui bahwa kefir adalah minuman fermentasi yang memiliki hasil metabolit berupa alkohol? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah Anda mengetahui bahwa kandungan alkohol dalam minuman fermentasi yang melebihi batas tertentu menurut aturan MUI dapat menjadi haram? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Menurut Anda, berapa jumlah maksimum alkohol dalam minuman fermentasi yang ditetapkan oleh MUI? *

- ☐ 0,5%
- ☐ 1%
- ☐ 2%

Back

Next

Bagian 4. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Kefir

Persepsi konsumen merupakan pandangan konsumen terhadap kualitas produk kefir yang diterimanya.

Cara menjawab pernyataan pada bagian ini adalah dengan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan persepsi Anda. Pilih salah satu dari 5 lingkaran yang terdiri dari :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Jawaban tidak ada yang benar atau salah maupun bernilai baik atau buruk.

Sifat fisik dan sensoris *

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki warna yang baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki tekstur yang baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki bau/ aroma yang baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki rasa yang baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Khasiat kesehatan *

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Saya merasa lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya merasa buang air besar lebih teratur setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kontaminasi *

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Kefir yang saya beli dari e-commerce mengandung kontaminan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kefir yang saya beli tidak layak konsumsi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kefir yang saya beli memiliki kemasan yang sesuai untuk produk fermentasi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bagaimana kemasan kefir yang Anda terima? (pilih yang sesuai) *

- ☐ Tersegel rapat
- ☐ Tahan uap dan gas (tidak dapat tembus uap/ gas)
- ☐ Tahan cahaya (tidak transparan)
- ☐ Tahan panas (dapat dipasteurisasi)
- ☐ Memiliki 2 kemasan (contoh: botol + kardus)
- ☐ Diberi lapisan bubble wrap atau anti benturan lainnya
- ☐ Menggunakan cooler board (menjaga agar tetap dingin)

Kefir yang saya beli memiliki informasi label yang lengkap *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

Apa saja informasi pada label kefir yang Anda terima? (pilih yang sesuai) *

- ☐ Nama merk
- ☐ Nama produsen
- ☐ Komposisi
- ☐ Volume
- ☐ Tanggal produksi
- ☐ Tanggal kadaluwarsa
- ☐ Nilai gizi
- ☐ Label BPOM
- ☐ Label halal
- ☐ Saran penyajian/ konsumsi
- ☐ Saran penyimpanan

Bagian 5. Persepsi Konsumen Terhadap Kehalalan Kefir

Persepsi konsumen merupakan pandangan konsumen terhadap kehalalan produk kefir yang diterimanya.

Cara menjawab pernyataan pada bagian ini adalah dengan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan persepsi Anda. Pilih salah satu dari 5 lingkaran yang terdiri dari :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Jawaban tidak ada yang benar atau salah maupun bernilai baik atau buruk.

Saya yakin dengan kehalalan kefir yang saya beli *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Yakin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Yakin


Jika "Yakin" sebutkan alasannya

- ☐ Kefir tidak mengandung bahan yang diharamkan
- ☐ Kefir mengandung alkohol, namun dibawah 0,5%
- ☐ Saya tidak mengetahui alasannya
- ☐ Other: _____


Saya mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan kefir yang saya beli *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Darimana Anda memperoleh informasi tersebut? *



☐ Logo halal MUI pada kemasan



☐ Logo halal non-MUI pada kemasan

DESKRIPSI PRODUK

- Menggunakan bahan-bahan halal.

☐ Informasi yang ditulis oleh produsen

☐ Other: _____

☐ Saya tidak mendapat informasi

Saya memiliki kekhawatiran terhadap kehalalan kefir yang saya beli *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Jika "Setuju" sebutkan alasannya

☐ Tidak terdapat logo halal MUI

☐ Mengandung bahan yang diragukan kehalalannya

☐ Produsen tidak dapat meyakinkan saya

☐ Other: _____

Back
Next

Selesai

Terima kasih atas partisipasi Anda!

Semoga kebaikan selalu tercurahkan kepada Anda dan sehat selalu.
Tetap patuhi protokol kesehatan dan laksanakan 5M.
Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi salsabila@student.ub.ac.id

Salam,
Peneliti

Back
Submit

Lampiran 2. Skor Penilaian

Item Pertanyaan		Skor Penilaian		
No	PENGETAHUAN KUALITAS KEFIR	Jawaban Benar	Referensi	a b c
1.	Menurut anda, apa yang dimaksud dengan minuman kefir?	Minuman kefir adalah minuman fermentasi susu yang diproses dengan penambahan bulir kefir	(Prado, et al., 2015)	1 0 0
2.	Menurut anda, berapa lama proses pembuatan kefir?	1-2 hari	(Lindawati, et al., 2015)	1 0 0
3.	Kefir memiliki kandungan bakteri yang lebih kompleks dibanding yogurt	Ya	(Sadabadi, et al., 2019)	1 0 -
4.	Protein susu kefir lebih mudah dicerna daripada protein susu segar	Ya	(Bengoa, et al., 2018)	1 0 -
5.	Tekstur kental pada kefir menandakan tidak layak konsumsi	Tidak	(Yusriyah & Rudiana, 2014)	0 1 -
6.	Rasa asam pada kefir menandakan tidak layak konsumsi	Tidak	(Sokolinska, et al., 2008)	0 1 -
7.	Mengonsumsi kefir dapat meningkatkan bakteri baik di pencernaan	Ya	(Bengoa, et al., 2018)	1 0 -
8.	Mengonsumsi kefir dapat meningkatkan toleransi terhadap laktosa	Ya	(Bengoa, et al., 2018)	1 0 -
9.	Manfaat kefir hanya berasal dari bakteri probiotik	Tidak	(Bengoa, et al., 2018)	0 1 -
10.	Manfaat kefir berasal dari bakteri probiotik dan metabolitnya	Ya	(Bengoa, et al., 2018)	1 0 -

Item Pertanyaan		Skor Penilaian		
No	PENGETAHUAN KEHALALAN KEFIR	Jawaban Benar	Referensi	a b c
1.	Menurut anda, apa yang dimaksud dengan 'halal'?	Pangan halal adalah sesuatu yang diperbolehkan secara Syari'at dan jika dikonsumsi tidak mengakibatkan dosa	(Hidayat & Mustolih, 2015)	0 1 0
2.	Menurut anda, apakah label halal di Indonesia hanya boleh dikeluarkan oleh LPPOM MUI?	Ya	(Hidayat & Mustolih, 2015)	1 0 -
3.	Menurut anda, apa yang dimaksud dengan 'haram'?	Pangan haram adalah suatu pangan yang	(Hidayat & Mustolih, 2015)	1 0 0



		dilarang oleh Syari'at dengan larangan tegas dimana orang yang melanggarnya mendapatkan dosa					
4.	Apakah anda mengetahui bangkai itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	Ya	(Syarfida, 2015)	1	0	-	
5.	Apakah anda mengetahui darah itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	Ya	(Syarfida, 2015)	1	0	-	
6.	Apakah anda mengetahui babi itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	Ya	(Syarfida, 2015)	1	0	-	
7.	Apakah anda mengetahui khamar itu haram dikonsumsi oleh seorang muslim?	Ya	(Syarfida, 2015)	1	0	-	
8.	Apakah anda mengetahui bahwa kefir adalah produk minuman fermentasi yang memiliki hasil metabolit berupa alkohol?	Ya	(Otles & Ozlem, 2003)	1	0	-	
9.	Apakah anda tau bahwa kandungan alkohol dalam produk minuman fermentasi yang melebihi batas tertentu menurut MUI dapat menjadi haram?	Ya	(MUI, 2018)	1	0	-	
10.	Apakah anda mengetahui jumlah maksimum alkohol dalam produk minuman fermentasi?	0,5%	(MUI, 2018)	1	0	0	

No	Item Pertanyaan	Skor Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki warna yang baik	1	2	3	4	5
2.	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki tekstur yang baik	1	2	3	4	5
3.	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki bau/ aroma yang baik	1	2	3	4	5
4.	Kefir yang saya beli dari e-commerce memiliki rasa yang baik	1	2	3	4	5
5.	Saya merasa lebih sehat setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	1	2	3	4	5
6.	Saya merasa pencernaan lebih lancar setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	1	2	3	4	5
7.	Kefir yang saya beli dari e-commerce mengandung kontaminan	5	4	3	2	1
8.	Saya merasa keracunan setelah mengonsumsi kefir yang saya beli dari e-commerce	5	4	3	2	1
9.	Kefir yang saya beli tidak layak konsumsi	5	4	3	2	1

10.	Kefir yang saya beli memiliki kemasan yang sesuai untuk produk fermentasi	1	2	3	4	5
11.	Kefir yang saya beli memiliki informasi pada label yang lengkap	1	2	3	4	5

No	Item Pertanyaan	Skor Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda yakin dengan kehalalan kefir yang anda beli	1	2	3	4	5
2.	Apakah anda mendapatkan informasi yang jelas mengenai kehalalan kefir yang anda beli	1	2	3	4	5
3.	Apakah anda memiliki kekhawatiran terhadap kehalalan kefir yang anda beli	5	4	3	2	1



Lampiran 3. Landasan Teori Penentuan Variabel

Variabel Independen	Variabel Dependen	Landasan Teori
Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce	Pengetahuan kualitas kefir	Pengetahuan merupakan faktor yang berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang diperoleh. Penelitian mengenai persepsi resiko dan manfaat dari pangan GMO menyebutkan bahwa persepsi dibentuk oleh evaluasi individu terhadap atribut produk, jika informasi mengenai produk rendah (pengetahuan produk rendah) maka konsumen tidak dapat mengevaluasi produk secara objektif. Oleh karena itu, hubungan pengetahuan konsumen dan persepsi perlu dianalisis (Hwang & Su- Jung, 2021)
	Riwayat pembelian	Riwayat pembelian mencerminkan tingkat keakraban dan loyalitas konsumen terhadap produk. Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap produk pangan probiotik menyebutkan bahwa riwayat pembelian berkorelasi dengan persepsi produk pangan probiotik yang kemudian akan menimbulkan keinginan untuk membeli (Pradito, et al., 2020)
	Kemasan	Kemasan merupakan salah satu stimulus pertama yang ditangkap oleh konsumen dalam mempersepsikan karakteristik produk. Penelitian pengaruh desain kemasan terhadap persepsi kualitas produk susu menyebutkan bahwa atribut warna, layout dan gambar kemasan berpengaruh kuat terhadap persepsi kualitas produk susu, sedangkan tipografi, bentuk dan material kemasan mempengaruhi secara tidak langsung (Gelici-Zeco, et al., 2012)
Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce	Pengetahuan kehalalan kefir	Pengetahuan merupakan faktor penting dalam memproses suatu informasi. Penelitian mengenai persepsi konsumen pada produk pangan halal menyebutkan bahwa pengetahuan dan agama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada produk pangan halal yang dilakukan terhadap 186 responden di Indonesia (Aji, 2018)
	Agama	Komitmen seseorang terhadap agama dapat mempengaruhi perilaku dan persepsi terhadap suatu produk. Komitmen terhadap Agama Islam meningkatkan perhatian konsumen terhadap isi, proses dan sumber makanan yang dikonsumsi. Penelitian sebelumnya, menyebutkan bahwa terdapat korelasi antara Agama dan persepsi produk pangan halal (Aji, 2018)

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

a. Hasil uji validitas

Pertanyaan		Nilai Korelasi Pearson (R_{hitung})	R_{tabel}	Hasil
Pengetahuan Kualitas Kefir	Item 1	0,348	0,195	Valid
	Item 2	0,387	0,195	Valid
	Item 3	0,600	0,195	Valid
	Item 4	0,319	0,195	Valid
	Item 5	0,363	0,195	Valid
	Item 6	0,383	0,195	Valid
	Item 7	0,359	0,195	Valid
	Item 8	0,299	0,195	Valid
	Item 9	0,444	0,195	Valid
	Item 10	0,479	0,195	Valid
	Item 11	0,293	0,195	Valid
Pengetahuan Kehalalan Kefir	Item 1	0,382	0,195	Valid
	Item 2	0,271	0,195	Valid
	Item 3	0,378	0,195	Valid
	Item 4	0,606	0,195	Valid
	Item 5	0,613	0,195	Valid
	Item 6	0,000	0,195	Tidak Valid
	Item 7	0,717	0,195	Valid
	Item 8	0,564	0,195	Valid
	Item 9	0,603	0,195	Valid
	Item 10	0,263	0,195	Valid
Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	Item 1	0,853	0,195	Valid
	Item 2	0,882	0,195	Valid
	Item 3	0,857	0,195	Valid
	Item 4	0,822	0,195	Valid
	Item 5	0,733	0,195	Valid
	Item 6	0,667	0,195	Valid
	Item 7	0,594	0,195	Valid
	Item 8	0,742	0,195	Valid
	Item 9	0,781	0,195	Valid
	Item 10	0,387	0,195	Valid
	Item 11	0,461	0,195	Valid
Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	Item 1	0,833	0,195	Valid
	Item 2	0,834	0,195	Valid
	Item 3	0,836	0,195	Valid

b. Hasil uji reliabilitas

Judul Kuesioner	Nilai Alpha Cronbach (R_{hitung})	R_{tabel}	Hasil
Pengetahuan Kualitas Kefir	0,432	0,195	Reliabel
Pengetahuan Kehalalan Kefir	0,542	0,195	Reliabel
Persepsi Kualitas Kefir yang Dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	0,899	0,195	Reliabel
Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	0,771	0,195	Reliabel

Lampiran 5. Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

a. Pengetahuan kualitas kefir

Correlations											
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11
Item1	1										
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item2		1									
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item3			1								
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item4				1							
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item5					1						
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item6						1					
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item7							1				
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item8								1			
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item9									1		
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item10										1	
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item11											1
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Skor_total											
Pearson Correlation											
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Pengetahuan kehalalan kefir

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Skor_Total
Item1											
Pearson Correlation	1										
Sig. (2-tailed)		.024	.222	.124	.134	b	.028	.084	.082	-.168	.382**
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item2											
Pearson Correlation	-.024	1				b	.119	.069	-.002	-.062	.271**
Sig. (2-tailed)	.813		.095	.035	-.027		.237	.494	.982	.543	.006
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item3											
Pearson Correlation	.222	.095	1			b	.168	.072	.050	-.065	.378**
Sig. (2-tailed)	.027	.348		.064	.104		.095	.476	.622	.520	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item4											
Pearson Correlation	.124	.035	.064	1	.735**	b	.671**	.084	.271**	.069	.606**
Sig. (2-tailed)	.219	.733	.530	.530	.000		.000	.407	.006	.493	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item5											
Pearson Correlation	.134	-.027	.104	.735**	1	b	.586**	.232	.353**	-.031	.613**
Sig. (2-tailed)	.183	.793	.302	.000			.000	.020	.000	.756	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item6											
Pearson Correlation	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b
Sig. (2-tailed)											
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item7											
Pearson Correlation	.028	.119	.168	.671**	.586**	b	1	.237	.403**	.158	.717**
Sig. (2-tailed)	.781	.237	.095	.000	.000			.018	.000	.116	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item8											
Pearson Correlation	.084	.069	.072	.084	.232	b	.237	1	.432**	.051	.564**
Sig. (2-tailed)	.405	.494	.476	.407	.020		.018		.000	.617	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item9											
Pearson Correlation	.082	-.002	.050	.271**	.353**	b	.403**	.432**	1	-.024	.603**
Sig. (2-tailed)	.417	.982	.622	.006	.000		.000	.000		.809	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item10											
Pearson Correlation	-.168	-.062	-.065	.069	-.031	b	.158	.051	-.024	1	.253**
Sig. (2-tailed)	.094	.543	.520	.493	.756		.116	.617	.809		.011
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Skor_Total											
Pearson Correlation	.382**	.271**	.378**	.606**	.613**	b	.717**	.564**	.603**	.253**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.011	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

c. Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Skor_Total
Item1	1	.971	.902	.857	.520	.464	.378	.558	.607	.116	.210	.853
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.249	.036	.000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item2		1	.919	.851	.549	.495	.405	.572	.607	.184	.257	.882
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.067	.010	.000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item3			1	.907	.513	.419	.387	.537	.581	.157	.277	.857
			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.120	.005	.000
			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item4				1	.493	.388	.358	.508	.550	.173	.240	.822
				.000	.000	.000	.000	.000	.000	.084	.016	.000
				100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item5					1	.774	.344	.533	.523	.220	.234	.733
					.000	.000	.000	.000	.000	.028	.019	.000
					100	100	100	100	100	100	100	100
Item6						1	.298	.508	.489	.143	.211	.667
						.000	.003	.000	.000	.155	.035	.000
						100	100	100	100	100	100	100
Item7							1	.490	.532	.321	.267	.594
							.000	.000	.000	.001	.007	.000
							100	100	100	100	100	100
Item8								1	.930	.120	.124	.742
								.000	.000	.235	.220	.000
								100	100	100	100	100
Item9									1	.172	.188	.781
									.000	.087	.062	.000
									100	100	100	100
Item10										1	.454	.387
										.000	.000	.000
										100	100	100
Item11											1	.461
											.000	.000
											100	100
Skor_Total												1
												.000
												100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Skor_Total
Item1	Pearson Correlation	1	.531**	.627**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	.531**	1	.486**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	.627**	.486**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Skor_Total	Pearson Correlation	.833**	.834**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Hasil Uji Reliabilitas

- Pengetahuan kualitas kefir

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.432	11

- Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	11

- Pengetahuan kehalalan kefir

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.542	10

- Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

Lampiran 6. Penentuan R_{tabel}

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Penentuan R_{tabel} dilakukan dengan melihat N sebagai jumlah responden dan derajat signifikansi yang digunakan. Pada penelitian ini, N yang digunakan adalah 100 dan derajat signifikansi 5% sehingga R_{tabel} adalah **0,195**.

Lampiran 7. Output SPSS Analisis Chi- Square (Uji Asosiasi)

a. Pengetahuan Kualitas Kefir dan Karakteristik Responden
Jenis Kelamin*Pengetahuan Kualitas

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.787 ^a	2	.151
Likelihood Ratio	3.885	2	.143
Linear-by-Linear Association	2.447	1	.118
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Tingkat Pendidikan*Pengetahuan Kualitas

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.155 ^a	6	.905
Likelihood Ratio	2.518	6	.866
Linear-by-Linear Association	.291	1	.590
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

Riwayat Penyakit*Pengetahuan Kualitas

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.986 ^a	2	.225
Likelihood Ratio	3.385	2	.184
Linear-by-Linear Association	.773	1	.379
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .45.

Lama Konsumsi*Pengetahuan Kualitas

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.063 ^a	6	.020
Likelihood Ratio	10.007	6	.124
Linear-by-Linear Association	1.233	1	.267
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

b. Pengetahuan Kehalalan Kefir dan Karakteristik Responden

Jenis Kelamin*Pengetahuan Kehalalan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.777 ^a	2	.678
Likelihood Ratio	.801	2	.670
Linear-by-Linear Association	.004	1	.951
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,68.

Tingkat Pendidikan*Pengetahuan Kehalalan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.049 ^a	6	.538
Likelihood Ratio	7.027	6	.318
Linear-by-Linear Association	.200	1	.655
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,77.

Riwayat Penyakit*Pengetahuan Kehalalan

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.121 ^a	2	.346
Likelihood Ratio	2.168	2	.338
Linear-by-Linear Association	2.030	1	.154
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,15.

Agama*Pengetahuan Kehalalan

Chi-Square Tests

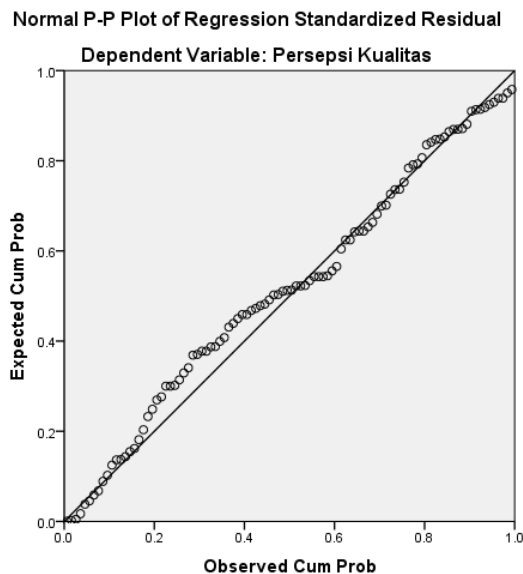
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.342 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	34.275	2	.000
Linear-by-Linear Association	34.811	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,75.

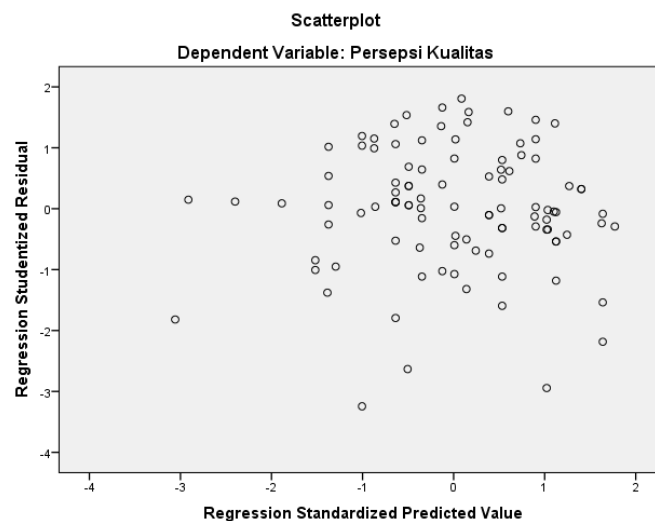
Lampiran 8. Output SPSS Uji Asumsi Klasik

a. Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce

Uji Normalitas *Normal Probability Plot*



Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

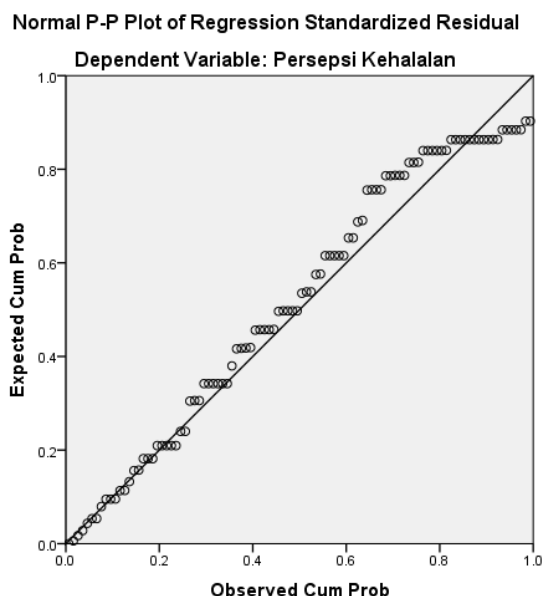


Uji Multikolinearitas

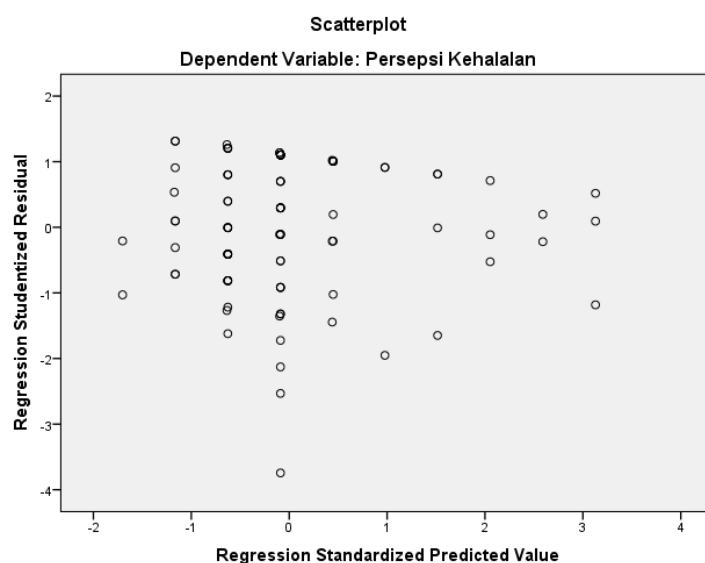
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan Kualitas	.963	1.039
	Jenis Kemasan	.995	1.005
	Pengalaman Pembelian	.966	1.036

b. Persepsi Kehalalan Kefir yang Dibeli Melalui *E-commerce*

Uji Normalitas *Normal Probability Plot*



Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan Kehalalan	.686	1.458
	Agama	.686	1.458

Lampiran 9. Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda

a. Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui e-commerce

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Riwayat Pembelian, Jenis Kemasan, Pengetahuan Kualitas ^b		Enter

a. Dependent Variable: Persepsi Kualitas

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 ^a	.117	.089	6.380

a. Predictors: (Constant), Riwayat Pembelian, Jenis Kemasan, Pengetahuan Kualitas

b. Dependent Variable: Persepsi Kualitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	518.146	3	172.715	4.243	.007 ^b
	Residual	3907.564	96	40.704		
	Total	4425.710	99			

a. Dependent Variable: Persepsi Kualitas

b. Predictors: (Constant), Riwayat Pembelian, Jenis Kemasan, Pengetahuan Kualitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.250	4.356		6.715	.000
	Pengetahuan Kualitas	1.174	.439	.261	2.671	.009
	Jenis Kemasan	1.146	.955	.115	1.201	.233
	Riwayat Pembelian	.842	.512	.160	1.644	.103

a. Dependent Variable: Persepsi Kualitas

b. Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui e-commerce

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Agama, Pengetahuan Kehalalan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Persepsi Kehalalan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.187 ^a	.035	.015	2.494

a. Predictors: (Constant), Agama, Pengetahuan Kehalalan

b. Dependent Variable: Persepsi Kehalalan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.860	2	10.930	1.757	.178 ^b
	Residual	603.530	97	6.222		
	Total	625.390	99			

a. Dependent Variable: Persepsi Kehalalan

b. Predictors: (Constant), Agama, Pengetahuan Kehalalan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.987	1.882		4.774	.000
	Pengetahuan Kehalalan	.253	.178	.171	1.417	.160
	Agama	1.259	.696	.218	1.810	.073

a. Dependent Variable: Persepsi Kehalalan

Lampiran 10. Penentuan F_{tabel}

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76

Rumus penentuan F_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{df untuk pembilang (N1)} &= k - 1 \\ \text{df untuk penyebut (N2)} &= n - k \end{aligned}$$

Dengan keterangan, k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah responden. Sehingga F_{tabel} :

a. Persepsi kualitas kefir yang dibeli melalui *e-commerce*

$$N1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$N2 = n - k = 100 - 4 = 96$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,70$$

a. Persepsi kehalalan kefir yang dibeli melalui *e-commerce*

$$N1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$N2 = n - k = 100 - 3 = 97$$

$$F_{\text{tabel}} = 3,09$$

Lampiran 11. Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018



MAJELIS ULAMA INDONESIA

WADAH MUSYAWARAH PARA ULAMA ZU'AMA DAN CENDIKIAWAN MUSLIM
Jalan Proklamasi No. 51 Menteng Jakarta Pusat 10320 Telp. 31902666 - 3917853, Fax. 31905266
Website : <http://www.mui.or.id> E-mail: muipusat@mui.or.id

FATWA

MAJELIS ULAMA INDONESIA

Nomor : 10 Tahun 2018

Tentang

PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG MENGANDUNG ALKOHOL/ETANOL



Kedua : Ketentuan Hukum

1. Minuman beralkohol yang masuk kategori khamr adalah minuman yang mengandung alkohol/etanol (C_2H_5OH) minimal 0.5 %. Minuman beralkohol yang masuk kategori khamr adalah najis dan hukumnya haram, sedikit ataupun banyak.

Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia

Fatwa tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol 10

2. Penggunaan alkohol/etanol hasil industri non khamr (baik merupakan hasil sintesis kimiawi [dari petrokimia] ataupun hasil industri fermentasi non khamr) untuk bahan produk makanan hukumnya **mubah**, apabila secara medis tidak membahayakan.
3. Penggunaan alkohol/etanol hasil industri non khamr (baik merupakan hasil sintesis kimiawi [dari petrokimia] ataupun hasil industri fermentasi non khamr) untuk bahan produk minuman hukumnya **mubah**, apabila secara medis tidak membahayakan dan selama kadar alkohol/etanol (C_2H_5OH) pada produk akhir kurang dari 0.5%.
4. Penggunaan produk-antara (*intermediate product*) yang tidak dikonsumsi langsung seperti *flavour* yang mengandung alkohol/etanol non khamr untuk bahan produk makanan hukumnya **mubah**, apabila secara medis tidak membahayakan.
5. Penggunaan produk-antara (*intermediate product*) yang tidak dikonsumsi langsung seperti *flavour* yang mengandung alkohol/etanol non khamr untuk bahan produk minuman hukumnya **mubah**, apabila secara medis tidak membahayakan dan selama kadar alkohol/etanol (C_2H_5OH) pada produk akhir kurang dari 0.5%.

Ketiga : Ketentuan Terkait Produk Minuman yang Mengandung Alkohol

1. Produk minuman yang mengandung khamr hukumnya haram.
2. Produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol minimal 0.5%, hukumnya haram.
3. Produk minuman hasil fermentasi yang mengandung alkohol/etanol kurang dari 0.5% hukumnya halal jika secara medis tidak membahayakan.
4. Produk minuman non fermentasi yang mengandung alkohol/etanol kurang dari 0.5% yang bukan berasal dari khamr hukumnya halal, apabila secara medis tidak membahayakan, seperti minuman ringan yang ditambahkan *flavour* yang mengandung alkohol/etanol.

Lampiran 12. Logbook Penelitian

LOGBOOK PENELITIAN SKRIPSI

Judul : Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas dan Kehalalan Susu Kefir yang Dibeli Melalui *E-Commerce* Menggunakan *Online Survey Methodology*

Nama : Salsabilla Zahidati Abdillah

NIM : 175100100111029

No.	Tanggal	Kegiatan	Catatan
1.	27 Februari 2021	Penyusunan kisi- kisi kuesioner	Mencari jurnal pendahuluan mengenai cara pengukuran pengetahuan dan persepsi konsumen
2.	15 Maret 2021	Penyusunan pertanyaan kuesioner	Membuat pertanyaan kuesioner
3.	14 April 2021	Revisi pertanyaan kuesioner	Merevisi pertanyaan kuesioner sesuai dengan sumber literatur
4.	15 April 2021	Uji coba kuesioner	Menguji pertanyaan kuesioner kepada non- calon responden untuk melihat apakah jawaban sudah memenuhi informasi yang dibutuhkan
5.	18 April 2021	Revisi pertanyaan kuesioner	Merevisi pertanyaan kuesioner sesuai informasi yang dibutuhkan
6.	19 April 2021	Menyebarkan kuesioner	Menyebarkan kuesioner kepada target responden
7.	2 Juni 2021	Menutup kuesioner	Menutup kuesioner dikarenakan sudah memenuhi responden yang dibutuhkan
8.	3 Juni 2021	Analisis data	Menganalisis data kuesioner menggunakan bantuan aplikasi <i>IBM SPSS for Windows 2.0</i>

Sleman, 29 Juni 2021

Peneliti,

Salsabilla Zahidati Abdillah